



Creative Solution for Creative Organization

ISBN 978-616-7790-86-2

ผู้เขียน สมบัติ กุสุมาวสี
วิชัย อุตสาหจิต
จุฑามาศ แก้วพิจิตร
ศรายุทธ พจนปรีชากุล
แพรวพรรณ พันธยุติ
ปิยรัตน์ สิริคมสัน
ประภัสร์ รักตะจิตระการ
วิฑูรย์ ศิริโกภาคกิจ
กัณฑเทพ ทวีไทย
วรัชยา ตียะเจริญญ

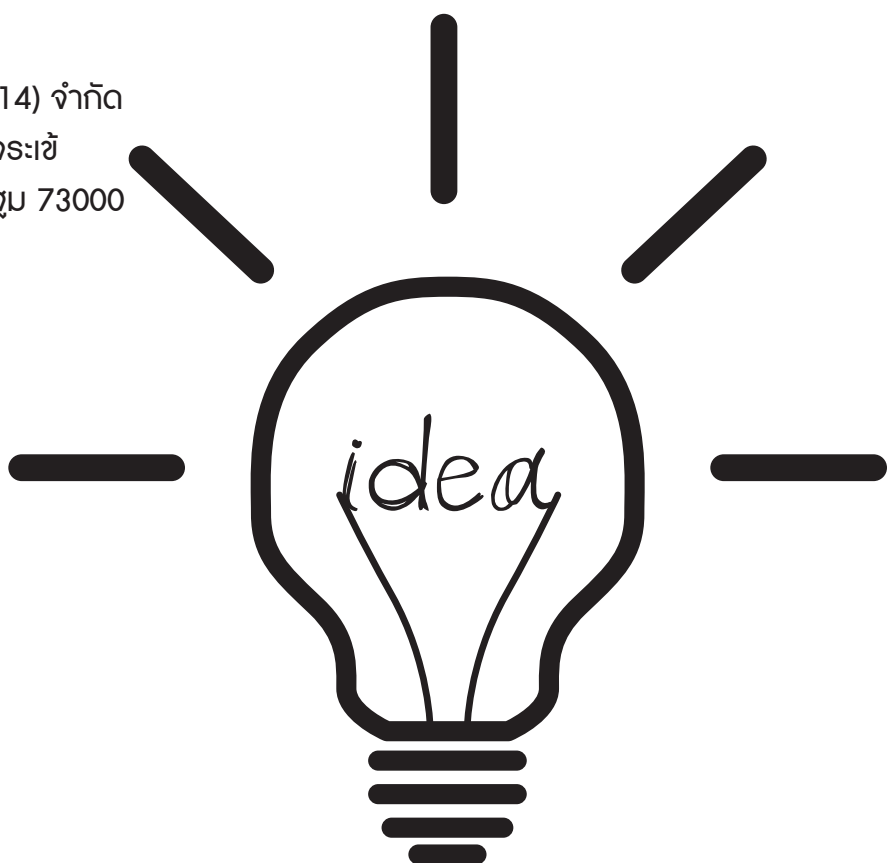
บรรณาธิการ ศรายุทธ พจนปรีชากุล

จัดพิมพ์โดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ครั้งที่พิมพ์ 1/มกราคม 2558

จำนวนพิมพ์ 500

พิมพ์ที่ บริษัท ชัน แผลกเจจจิ่ง (2014) จำกัด
577 ถนนเพชรเกษม ต.ห้วยจรเข้มะ
อ.เมืองนครปฐม จ.นครปฐม 73000
โทรศัพท์: 0-3424-4555





4

LOVEis

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ทัดเทพ ทวีไทย,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

20

Smallroom

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, วัชรุพงษ์ ศิริโกคากิจ,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

36

สหภาพดนตรี (Music Union)

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ประภัสร์ รัตตะจิตระการ,
รศ.ดร.วิชัย อุตสาหจิต

48

BE magazine

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, วัชรุพงษ์ ศิริโกคากิจ,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลีBE
MAGAZINE

64

GTH

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ประภัสร์ รัตตะจิตระการ,
รศ.ดร.วิชัย อุตสาหจิต



76

แรงฤทธิ์ (RangRich)
ศรายุทธ พจนปรีชากุล, แพรวพรรณ พัทธยัติ,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

94

Sea Air Land
แพรวพรรณ พัทธยัติ, ศรายุทธ พจนปรีชากุล,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



120

CreativeMOVE
ศรายุทธ พจนปรีชากุล, วรัชยา ติยะเจริญ,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

140



opendream
ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ปิยรัตน์ ศิริคมสัน,
ผศ.ดร.จุฑามาศ แก้วพิจิตร



156

Learn Corporation
ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ปิยรัตน์ ศิริคมสัน,
ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

LOVEiS Family

บ้านแห่งความสุข

ศรายุทธ พจนปรัชชากุล, กัดเทพ ทวีไทย, ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



ต้นกำเนิดของบ้านแห่งความรัก

5 กันยายน พ.ศ. 2511 ครอบครัวโกสิยพงษ์ได้ต้อนรับสมาชิกใหม่ และตั้งชื่อว่า “ด.ช.ซีวิน” หรือ “ด.ช.บอย” เด็กชายบอย ลูกชายคนกลางในบรรดาพี่น้อง 5 คน ได้มีโอกาสเรียนเปียโนซึ่งทำให้เขาเริ่มหลงรักดนตรี หลังจากนั้นอีก 8 ปี ด.ช.บอยซึ่งศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ได้เริ่มเขียนเพลงเพื่อใช้เป็นเพลงประกอบการ์ตูนที่เขาวาดเอง เมื่อเขาเติบโตเป็นวัยรุ่นจึงได้เลือกสายดนตรีที่ชื่นชอบด้วยการเดินทางไปศึกษาต่อ ณ University

of California at Los Angeles (UCLA) สหรัฐอเมริกา ทำให้เขาได้เรียนรู้ทั้งการแต่งเพลง การทำดนตรี รวมถึงการทำธุรกิจเพลง (ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เขาได้ชื่อเล่นใหม่ คือ “Boyd” เนื่องจากในต่างประเทศไม่มีคนใช้ชื่อเล่นว่า Boy ถ้าหากใช้อาจถูกล้อเลียนเพื่อนได้ง่ายจึงได้เปลี่ยนเป็น “Boyd” นั่นเอง)

แหล่งสร้างแรงบันดาลใจให้กับคุณบอย คือ “คุณตุ้ย” วรภักฎญา โกสิยพงษ์ และลูกสาว 2 คน คือ “น้องตีใจ” และ “น้องใจดี” โกสิยพงษ์ พวกเขา มอบความรักความอบอุ่น และ

LL

องค์กรที่เกิดขึ้น
จากความรัก
ความผูกพัน
และความสุข...
แหล่งรวมของ
ศิลปินที่สามารถ
สร้างแรงบันดาลใจ
ให้กับผู้คน...
บ้านแห่งความรัก
หลังนี้ยังคงส่งต่อ
ความรัก
ไปทุกวัน
อย่างไม่มีที่สิ้นสุด...

TT

สนับสนุนให้คุณบอยได้ทำในสิ่งที่เขารักมาตลอด จนกระทั่งวันนี้เขาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวงการดนตรีที่ได้สร้างรอยยิ้มและให้กำลังใจผู้คนมากมาย นั่นแสดงให้เห็นว่าความสุขจากการมีครอบครัวที่อบอุ่นเป็นส่วนหนึ่งของความสุขที่คนทำงานคนหนึ่ง อย่างชายที่มีนามว่า บอย โกสิยพงษ์ ต้องการเพื่อเป็นแรงบันดาลใจในทุกวันของชีวิต

ความอบอุ่นของคุณบอยและครอบครัวสะท้อนออกมาผ่านบทเพลงที่เขาสร้างสรรค์ขึ้น เช่น “ฤดูที่แตกต่าง” หรือ “Seasons Change” เพลงดังตลอดกาล ที่ให้กำลังใจคนที่กำลังอ่อนแอ ท้อถอย หรือสิ้นหวังให้กลับมามีพลังเพื่อสู้กับวันใหม่ได้อีกครั้ง เพลงนี้ขับร้องโดย คุณ นภ พรชำนิ แห่งวง P.O.P ซึ่งเพลงนี้ คือ เพลงแรกของวงการเพลงไทยที่ถูกทำออกมาเป็น Single Remix ถึง 7 เวอร์ชัน อีกเพลงที่สร้างกำลังใจให้คนที่ผิดหวังได้เป็นอย่างมากคือ “Live & Learn” ขับร้องโดยคุณ กมลลา สุโกศล แคลปป์ เพลงนี้ถูกนำไปใช้ประกอบสื่อต่างๆ มากมาย เพื่อให้กำลังใจผู้ประสบภัยพิบัติ ผู้ที่ต้องผิดหวัง สูญเสียสิ่งของ หรือบุคคลอันเป็นที่รัก เพลงนี้เป็นอีกหนึ่งเพลงที่สร้างสรรค์สังคมให้เข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งทั้ง 2 เพลงดังกล่าวถูกบรรจุไว้ในอัลบั้ม Million Ways to Love Part 1 ภายใต้สังกัด Bakery Music ซึ่งเป็นอัลบั้มที่สร้างชื่อเสียงให้กับคุณบอยโกสิยพงษ์มากที่สุด



ภาพถ่ายร่วมกันของคุณบอย คุณตั๋ย น้องติใจ และน้องใจดี
ที่มา: Boyd Kosiyabong Fan Page (Facebook)

ก้าวแรกของ เลิฟ อีส

“ ตั้งแต่นี้ได้รู้จักกับพระเจ้า และได้รู้ว่า ทุกคนเกิดมา
มี Purpose ของชีวิต
และการที่เราได้รู้ Purpose ของชีวิตของเรา
และ Purpose หลังชีวิตที่เราตายแล้ว
เป็นอะไรที่ตอบทงกยอย่างมาก
ทำให้เรารู้ว่านี่เป็นเส้นทางชีวิตที่เราจะเดิน ”

คุณบอย ชวิน โกสิยพงษ์
Chief Vision Officer, CVO แห่งบ้านเลิฟ อีส

หลังจากคุณบอยได้พบกับแรงศรัทธาจากพระเจ้าทำให้เขาค้นพบจุดมุ่งหมายของชีวิต และมีสติรู้เสมอว่าตนเองต้องทำอะไรเพื่อใคร และอย่างไร ปี 2547 คุณบอย และคุณสุกี้ กมล สุโกศล แคลปป์ ร่วมกันเปิดค่ายเพลงเล็กๆ ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อเป็นสหกรณ์ทางดนตรี นามว่า “LOVEiS” หรือ “เลิฟ อีส”

เลิฟ อีส วางตำแหน่งทางธุรกิจเป็นค่ายเพลงที่ส่งมอบความสุขให้แฟนคลับด้วยหัวใจแห่งความรัก ความอบอุ่นผ่านศิลปินที่เป็นมิตรเข้าถึงได้ง่าย ติดดิน และเสมอต้นเสมอปลายกับแฟนคลับ

มุ่งสู่การเป็นสหกรณ์ดนตรีไปด้วยกัน

“ ลีฟ อีส จะตั้งเป็นสหกรณ์ดนตรี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานเพลงที่ศิลปินในสหกรณ์ ร่วมกำหนดเนื้อหาของแต่ละเพลง ให้สื่อเรื่องราวความรักในมุมมองต่างๆ ซึ่งอาจจะมาจากจินตนาการหรือชีวิตจริงของศิลปินเอง เพื่อนำเสนอสู่สาธารณชน ฝคิดว่าทุกๆ บทเพลงจะเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้ฟัง และได้รับความรักจากพวกเราโดยปราศจากเรื่องของธุรกิจครับ ”

คุณบอย ชิวิน โกสิยพงษ์
Chief Vision Officer, CVO
แห่งบ้านเลิฟ อีส

คุณบอยได้กล่าวถึงวิสัยทัศน์ซึ่งเป็นเหมือนหลักคิดสำคัญขององค์กรแห่งนี้ไว้ว่าเขาอยาก ให้ เลิฟ อีส เป็นสหกรณ์ดนตรี หรือเป็นองค์กรที่สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน สามารถสร้างความมั่นคงทางรายได้ที่เพียงพอกับสมาชิกไม่ว่าจะต้องประสบกับสถานะแวดล้อมที่ผันผวนในโลกยุคปัจจุบันมากน้อยแค่ไหนก็ตาม โดยเขาตั้งใจว่าถ้าวันหนึ่งเขาไม่ได้นั่งแท่นบริหารงานแล้วหลักคิดนี้จะยังคงอยู่และนำพาค่ายเพลงแห่งนี้เดินต่อไปได้ เมื่อพนักงานมีความมั่นคงในชีวิต ตัวเขาจะผันบทบาทจากการเป็นผู้บริหารไปทำงานที่เขาชื่นชอบมากที่สุด คือ การทำเพลง ขณะนี้ชาวเลิฟ อีส ทุกคนต่างรู้ในหลักการนี้และกำลังพยายามทำงานในทุกวันเพื่อไปให้ถึงจุดหมายนั้น

แม้ว่าปัจจุบัน ปี 2555 บริษัท เลิฟ อีส จำกัด ยังไม่สามารถไปถึงเป้าหมายของการเป็นสหกรณ์ดนตรีที่แท้จริงได้ แต่พวกเขายังคงเจตนารมณ์นั้นไว้ไม่เปลี่ยนแปลง และทุกอย่างก้าวของกลุ่มคนรักดนตรีกลุ่มนี้ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาบริษัทเล็กๆ ที่เหมือนเป็นบ้านของพวกเขาเพื่อให้เป็นสหกรณ์ดนตรีที่ทุกคนไฝ่ฝันต่อไป

“รัก” คือ “ความสุข”

คำว่า **“ รัก ”** ในแง่มุมมองของคนเลิฟ อีส หมายความว่า **“ ความสุข ”** เป็นความสุขที่เกิดจากความรักในดนตรี และพร้อมจะส่งต่อความรักนั้นผ่านบทเพลง การแสดง และทุกสื่อที่สามารถจะส่งผ่านไปได้ เพื่อให้ผู้ที่ได้สัมผัสกับผลงานของบ้านหลังนี้ได้รับความสุขเช่นกัน



ภาพความสุขในหลายแง่มุมที่เกิดขึ้นในบ้านเลิฟ อีส องค์กรที่ขับเคลื่อนความสุขด้วยความรัก
ที่มา: LOVEiS Official Fan page (Facebook)



เลิฟ อีส มีรากฐานสำคัญของการดำเนินธุรกิจมาจากความรัก ความเอื้ออาทรที่สมาชิกทุกคนมอบให้ซึ่งกันและกันเหมือนเป็นครอบครัวเลิฟ อีส ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรแห่งนี้ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่มาติดต่อทางธุรกิจ หรือแฟนคลับต่างสัมผัสได้เช่นกัน นั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พวกเขาทำงานในบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างมีความสุข และความสุขที่เกิดขึ้นในหลายแง่มุมนี้เองที่จะนำมาพวกเขาไปสู่เป้าหมายการเป็นสหกรณ์ดนตรีอย่างที่ตั้งใจไว้ได้



“รู้จักรัก รู้จักให้”

“ เวลาคิด เราไม่ได้คิดแค่ว่า ถ้าสำเร็จอันนี้แล้วจบกันไป เรามี Career Path ของทั้งศิลปิน และพนักงาน เราคิดถึงว่าอนาคตของชาติต้องดีขึ้น พ่อแม่ไม่สบาย จะทำยังไง ทำยังไงที่บริษัทเล็กๆ จะช่วยเขาได้ ไม่ใช่แค่ดูแลเดือนต่อเดือน แต่ผมก็ไม่ว่าวันนี้จะทำได้หรือไม่ มันยังไม่เป็นรูปธรรม แต่มันเป็นสิ่งที่เราตั้งใจอยากจะทำ เป็นเป้าหมายตั้งนานมาแล้ว ทุกครั้ง เราจะคิดว่าทำแล้ว นอกจากเรามีความสุขแล้ว เราอยู่รอดได้แล้ว เราก็คิดถึงอนาคตของแต่ละคนด้วย ”

คุณบอย ชิวิน โกสียพงษ์
Chief Vision Officer, CVO
แห่งบ้านเลิฟ อีส



คุณบอยแกนหลักของบ้านหลังนี้มี ความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นแก่สมาชิกในบ้านด้วยการทำให้ทุกคนมองเห็นเส้นทางอาชีพ หรือ Career Path ของตน และ

พยายามสร้างรายได้ อย่างยั่งยืน ไม่ว่าจะต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมเช่นไร เพื่อให้เกิดความมั่นคง และได้รับความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของบ้านเลิฟ อีสร่วมกัน
คุณบอยเลือกที่จะมอบ



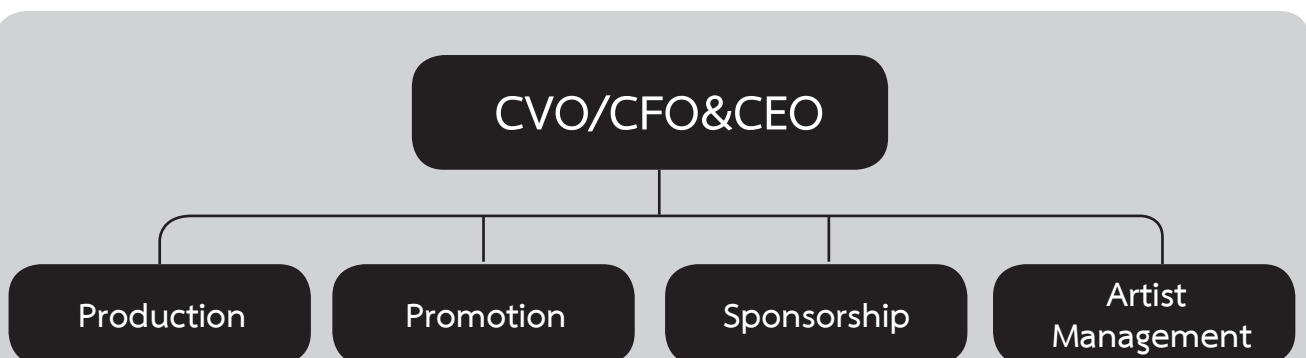
เหล่าศิลปินของบ้าน เลิฟ อีส
ที่มา: LOVEiS Official Fan page (Facebook)

ความมั่นคงในชีวิตให้กับสมาชิกในบ้าน แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในความต้องการของคน ที่เดินตามหลังเขามา คุณบอยรู้ว่าจะรัก และให้อย่างไร ด้วยเหตุนี้ทำให้สมาชิกทุกคนในบ้าน ตอบแทนคุณบอยและบ้านหลังนี้ ด้วยความตั้งใจในการสร้างสรรค์ผลงานในหน้าที่ตนเองให้ดีที่สุด

การทำงานในบ้านเลิฟ อีส

“ ถ้ามานั่งฟังพวกเราประชุมในทุกวันจันทร์ ผมจะเป็นคนที่โดน ผมจะเป็นฝ่ายรัฐบาลที่มีคนเดียว เราจะมีฝ่ายค้านอยู่กึ่งโตะซึ่งเป็นแบบนี้ประจำ มา Debate กันอันไหนดีก็เอา ถ้าผม Debate ชนะเราก็กทำตามที่ผมบอก ผมไม่รู้จะพูดยังไง เราเป็นระบบอะไรก็ไม่รู้ เหมือนเป็นครอบครัว อันนี้ทำได้ อันนี้ทำไม่ได้ มันไม่ได้มีระบบอะไรมากมาย รวมทั้งการทำงานกับศิลปิน การแต่งเพลง อำนาจก็ไม่ได้อยู่ที่ผมคนเดียว เราช่วยกันตัดสินใจ มาฟังกัน ต้องแก้ปัญหาคู่ด้วยเหตุผล สุดท้ายเหตุผลใครดีก็เอาคนนั้น เราอยากทำงานด้วยกันแล้วมีความสุข อยากให้ทุกคนที่ทำงานด้วยกัน ได้ในสิ่งที่เขาตั้งใจทำ เราก็จะมีความสุขไปด้วย ”

คุณบอย ชีวิน โกสียพงษ์ Chief Vision Officer, CVO แห่งบ้านเลิฟ อีส



บริษัท เลิฟ อีส จำกัด มีโครงสร้างองค์กรดังภาพ ประกอบด้วย

- **Chief Vision Officer, CVO**
โดย คุณ บอย ชีวิน โกสียพงษ์ ทำหน้าที่ให้วิสัยทัศน์ นโยบายและแนวทางการสร้างสุขให้กับพนักงาน
- **Chief Financial Officer, CFO** ควบ **Chief Executive Officer, CEO**
โดย คุณ ต๋วย วรกัญญา โกสียพงษ์ (ภรรยาคุณบอย) ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการเงินและบัญชี และดูแลธุรกิจโดยรวม
- **ฝ่าย Production**
ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการผลิตผลงานทั้งในรูปแบบของงานแสดง (Concert) งานเพลง (Music) และ Music Video (MV)
- **ฝ่าย Promotion**
ทำหน้าที่ดูแลเรื่องการตลาดในทุกลูก
- **ฝ่าย Sponsorship**
ทำหน้าที่ดูแลลูกค้าธุรกิจที่ทำการตลาดร่วมกับเลิฟ อีส
- **ฝ่าย Artist Management**
ทำหน้าที่ดูแลทุกซ์สุข และการจัดตารางการทำงานของศิลปิน



บรรยากาศการทำงานในบ้านหลังนี้
ที่มา: LOVEiS Official Fan Page (Facebook)

แนวทางการทำงานของฝ่ายต่างๆ ใน เลิฟ อีส เน้นการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน พนักงานในทุกฝ่ายสามารถเสนอความคิดเห็นได้อย่างเสรีบนพื้นฐานของการหารือกันด้วยเหตุผล เพราะทุกคนคิดเหมือนกันว่าพวกเขา คือครอบครัวเดียวกัน คิดดีต่อกัน พูดคุยกันได้ ไม่ต้องมีพิธีรีตรองที่สำคัญพวกเขามองที่บ้านเลิฟ อีส เป็นหลัก ทำให้การทำงานในทุกวันดำเนินไปด้วยความรักในบ้านหลังนี้ ทำให้สิ่งที่พวกเขารักในทุกวันนำไปสู่การสร้างความสุขให้ผู้คนที่เกี่ยวข้องกับบ้านหลังนี้

นอกจากบ้านเลิฟ อีสจะส่งมอบความสุขให้แฟนคลับแล้ว ยังได้ส่งมอบความสุขไปยังสมาชิกของครอบครัวเช่นกัน อีกทั้งการส่งความสุขไปถึงพันธมิตรทางธุรกิจ และการส่งมอบความสุขกลับสู่สังคมด้วย

ส่งมอบความสุขให้สมาชิกในบ้าน

“บ้าน เลิฟ อีส”



ภาพบน: บริเวณหน้าบ้านเลิฟอีส บางเวลาใช้สำหรับทำกิจกรรมสันทนาการของสมาชิกในบ้าน

ภาพล่าง: บริเวณชั้น 2 ของบ้านเลิฟ อีส เป็นพื้นที่ของสมาชิกที่ทำงานในบทบาทพนักงานออฟฟิศ

ที่มา: LOVEiS Official Fan Page (Facebook)



ภาพถ่าย: บรรยากาศภายในบ้านเลิฟ อีฟบริเวณชั้น 1 ซึ่งมีตุ๊กตา Woody จากเรื่อง Toy Story เป็น Reception จำเป็น
 ภาพขวา: Buzz Light Year จากเรื่อง Toy Story รับบทปรก. จำเป็น หรือสมาชิกในบ้านเลิฟ อีส เรียกว่า จำเอย
 ที่มา: การเยี่ยมบ้านเลิฟ อีสเพื่อถอดบทเรียนการสร้างองค์กรแห่งความสุข

“ การทำงานแบบเป็นระบบครบวงจรแต่ทำงานแบบ Professional รูปแบบของ Office เป็นแบบบ้านที่ไม่เหมือนออฟฟิศอื่นที่อยู่ในตึกสูง เราจะเห็นได้จาก Physical พวกนี้ ซึ่งมีผลต่อการสร้างสรรค์งานด้วยการทำงานนี้ก็เป็นอีก Lifestyle หนึ่งที่แตกต่างจากที่อื่นด้วย ”

คุณ ชลิดา ศิระเสถียรพร, Client Manager แห่งบ้านเลิฟ อีส

บรรยากาศภายในบ้าน: ความสุขของบ้านหลังนี้สะท้อนออกมาในหลายสิ่งหลายอย่างทั้งสภาพบรรยากาศทางกายภาพที่เลือกบ้านหลังหนึ่งในซอยทองหล่อ 23 ถนนสุขุมวิท กรุงเทพฯ เพื่อดัดแปลงให้เป็นสำนักงานโดยตกแต่งบ้านด้วยรูปภาพการ์ตูน รูปภาพศิลปิน

โซฟานุ่มๆ มุมกาแฟ ประดับด้วยตุ๊กตาทั้งตัวเล็ก ตัวใหญ่มากมาย บริเวณหน้าบ้านเลิฟ อีสหลังนี้มีจำเอยตั้งตระหง่านคอยเฝ้าระวังภัยอยู่ และในบ้านจะมี Reception คาวบอยหนุ่มหล่อคอยต้อนรับทุกคนที่มาเยือน เลิฟ อีส (ตุ๊กตา Buzz Light Year และตุ๊กตา Woody จาก

ภาพยนตร์อนิเมชันเรื่อง Toy Story) บรรยากาศเหล่านี้ช่วยให้สมาชิกภายในบ้าน รวมทั้งแขกผู้มาเยี่ยมเยือนสัมผัสได้ว่าสมาชิกในครอบครัวนี้มีอารมณ์ขันพอสมควร และสิ่งเหล่านี้ทำให้พวกเขาสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้เต็มที่และรู้สึกดีทุกครั้งที่ได้ใช้เวลาในบ้านหลังนี้



“

เมื่อเทียบกับบริษัทอื่นๆ ที่เป็นบริษัทใหญ่ๆ
องค์กรนี้น่าจะมีความสุขมากกว่า
เพราะเป็นองค์กรเล็กๆ (10 คน) เวลาทำอะไรสามารถคุยกันง่ายๆ
และสามารถปรับตัวได้ง่าย
เมื่อช่วงหนึ่งของการเพลงจากคาสเซทเป็นซีดี รายได้ของคนทีออก
อัลบั้มจะอยู่กับการขายเทปและซีดี
เมื่อกลายเป็นการดาวน์โหลดทำให้มีความกระทบกระเทือน
ถึงศิลปินที่ออกอัลบั้ม คนแต่งเพลง
รวมถึง Producer ซึ่งรายได้ก็แทบหายไปหมดเลยแต่ด้วยเป็นบริษัทเล็กๆ
ก็สามารถที่จะปรับตัวได้ง่าย ว่าจะต้องทำแบบไหนถึงจะอยู่รอดได้ ”

คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent

ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ ฮิส



“

พี่บอย ที่เป็น Head หลัก อยู่กับเขา เราจะได้วิสัยทัศน์
มุมมอง ที่เป็น Positive Thinking เยอะมาก
พี่บอยมีวิสัยทัศน์ที่มีก่อนคนอื่น
เช่น เรื่องออนไลน์ เขาให้เรา Keep Going
ตรงนี้แล้ววันหนึ่งจะเห็นผล
วันแรกที่เราเริ่มทำเรื่องออนไลน์ คนในตลาดมาเล่นตรงนี้น้อยมาก
และมาวันนี้ผลมาถึงขนาดนี้
เห็นได้จาก Agency ที่ตอนแรกไม่เห็นคุณค่าของเรื่องออนไลน์
ปัจจุบัน Agency เพิ่มคุณค่าให้กับการโฆษณาออนไลน์มากขึ้น
ตัวเราเองก็ได้รับแรงบันดาลใจในเรื่องครอบครัวของคุณบอย
พี่บอยสามารถที่จะแบ่งเวลาให้กับครอบครัว
มีเวลาชัดเจน ไม่ใช่จะทุ่มเทให้กับเรื่องงานอย่างเดียว
สามารถประสบความสำเร็จไปพร้อมๆ กันทั้งงาน และครอบครัว ”

คุณ ชลิดา ศิริเสถียรพร Client Manager แห่งบ้านเลิฟ ฮิส

สมาชิกครอบครัว:บ้านหลังนี้
มีสมาชิกกลุ่มเล็กๆ 10 คน ซึ่ง
มีหน้าที่เป็นทีมหลังบ้านทำงาน
อย่างเข้มแข็งเพื่อคอยสนับสนุน
ศิลปินอีกหลายชีวิตให้ออกไป
สร้างความสุขให้กับผู้คนนอก
บ้านอย่างสบายใจ สมาชิกของ
บ้านหลังนี้อยู่กันด้วยความรัก
ความเข้าใจ สามารถพูดคุยกันได้
ตลอด เวลาเมื่อเหตุการณ์อะไรมา
กระทบกับบ้านหลังนี้ไม่ว่าจะเรื่อง
เล็กหรือเรื่องใหญ่พวกเขาจะช่วย
กันฝ่าฟันไปได้โดยไม่ยากเย็น
นัก

แกนกลางของครอบครัว:
คนสำคัญที่ทำให้บ้านหลังนี้ยังคง
เป็นบ้านที่อบอุ่นได้ (คนที่คุณก็รู้
ว่าใคร)...คุณบอย โกสิยพงษ์ ชาย
คนนี้เป็นแรงบันดาลใจที่นำพา
ทุกคนมาอยู่ร่วมกัน เขามีวิสัย
ทัศน์ที่กว้างไกล รู้ว่าตนเองชอบ
อะไร กำลังทำอะไร เพื่อใคร และ
ควรนำพาครอบครัวเลิฟ ฮิส ไป
ในทิศทางไหน สมาชิกของบ้าน
หลังนี้ต่างก็ศรัทธาในแนวคิด
และตัวตนของพี่ชายคนนี้ อีกสิ่ง
หนึ่งที่ทำให้เขาได้รับการยอมรับ
จากทุกคน คือ เขาสามารถสร้าง
สมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน
และชีวิตครอบครัวได้อย่างดี



ครอบครัวเลิฟ อีสมีแกนกลางร่วมกัน คือ วิสัยทัศน์ของ CVO
ที่มา: LOVEiS Official Fan Page (Facebook)

“ดูแลศิลปินด้วยความเข้าใจ”

ความเป็นตัวตนที่เข้าถึงง่าย และการดูแลเอาใจใส่แฟนคลับของศิลปินแห่งบ้านเลิฟ อีส ทำให้ศิลปินของบ้านหลังนี้เป็นที่ชื่นชอบของแฟนคลับอย่างเหนียวแน่น แต่วงการบันเทิงนั้นมีสิ่งเร้าใจที่อาจนำพาเหล่าศิลปินให้ออกนอกกลุ่มนอกทางได้อยู่ทุกวัน อย่างไรก็ตามที่บ้านหลังนี้ก็มีคนที่ยกย่องดูแลศิลปินให้รักษาความเป็นตัวตนที่ดีเอาไว้ได้ซึ่งผู้ที่เข้าใจหัวอกของศิลปินได้ดีที่สุด คือ ผู้ที่เคยเป็นศิลปินและผ่านร้อนผ่านหนาวมาก่อนนั่นเอง...

บ้าน เลิฟ อีส มีฝ่ายที่ชื่อว่า “Artist Management” หรือ “ฝ่ายบริหารศิลปิน” ในความหมาย อย่างที่เข้าใจง่ายๆ คือ การทำให้ศิลปินรักษามาตรฐานการทำงาน และมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนั้นฝ่ายนี้มีหน้าที่ “ดูแลจิตใจ” ของศิลปินให้มีความพร้อมในการส่งมอบความสุขให้แฟนคลับ เมื่อใดที่ศิลปินเริ่มมีอาการ

หดหู่ ท้อแท้ ขาดแรงบันดาลใจ ผู้ที่ทำงานในฝ่ายนี้สามารถสัมผัสได้ทันที และรู้ถึงวิธีการแก้ไข ปัญหาเหล่านี้เป็นอย่างดี

คุณ “สายชล ระดมกิจ” อดีตนักร้องนำวง The Innocent วงดนตรีที่มีชื่อเสียงในอดีตรับหน้าที่นี้ เขาเป็นศิลปินที่ผ่านทุกช่วงเวลาที่ยากลำบากคนหนึ่งมีได้มาแล้ว จากการสัมภาษณ์คุณสายชลทำให้รู้ว่าชายคนนี้เข้าใจชีวิตของศิลปินจริงๆ ทีมวิจัยได้ค้นพบว่าช่วงชีวิตของศิลปินจะประกอบด้วย 4 ช่วงสำคัญ ดังนี้



ช่วงที่ 1

“ศิลปินหน้าใหม่ (Debut)”

“การใช้ประสบการณ์ของตนเองที่บอกศิลปินว่า เราเคยผ่านมาแล้วว่ามันต้องเป็นอย่างไร มันก็ไม่ยากที่จะบอกเขา เช่น ศิลปินใหม่ที่ไม่มีคนดู ต้องทำใจนะ อย่างแรกปีมาครั้งแรกก็ไปเล่นในมหาวิทยาลัย ในโรงอาหาร มีแต่นักศึกษาเดินผ่านไปผ่านมาเยอะมาก แต่ก็ต้องแนะนำว่าเราก็ทำหน้าที่ของเราไป และมันเป็นเรื่องปกติของศิลปินที่ต้องผ่านจุดนี้ ”

คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent

ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ อีส

ช่วงเวลาที่ศิลปินเริ่มเข้าสู่เส้นทางดนตรี และพยายามสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก ช่วงเวลานี้ต้องการกำลังใจและจิตใจที่เข้มแข็ง เพราะการมีคนรู้จักน้อย เมื่อต้องไปแสดงที่ไหนอาจไม่ได้รับความสนใจมากนัก ซึ่งอาจทำให้ท้อแท้ และล้มเลิกชีวิตในเส้นทางสายนี้ ถึงแม้ว่ามีความสามารถมากมายก็ตาม ซึ่งหากค่ายเพลงต้องเสียศิลปินที่มีคุณภาพไปใน ช่วงเวลานี้ก็เป็นเรื่องที่น่าเสียดาย ผู้ทำหน้าที่ดูแลศิลปินต้องหมั่นให้กำลังใจและสอดแทรกวิธีการคิดเชิงบวกให้กับศิลปินเพื่อให้พวกเขาผ่านพ้นช่วงล้มลุกคลุกคลาน และกลับมาสู้ต่อได้



ช่วงที่ 2

ศิลปินดาวรุ่ง (Rising Star)

ช่วงเวลาที่ศิลปินเริ่มมีชื่อเสียงในสายดนตรี แต่เป็นเฉพาะกลุ่มเล็กๆ ที่มองเห็นคุณค่าในตัวศิลปินเหล่านี้ ซึ่งฐานแฟนคลับกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สำคัญมากในช่วงชีวิต

ของศิลปิน หากศิลปินสามารถรักษาแฟนคลับกลุ่มนี้ไว้ได้จะกลายเป็นฐานสำคัญในเรื่องของกำลังใจให้ศิลปินให้ก้าวเดินในเส้นทางนี้ได้ต่อไป และกลุ่มคน

ที่ยังไม่รู้จักก็จะเริ่มหันมาสนใจ จนทำให้ความนิยมของศิลปินแผ่ขยายออกไปในวงกว้างมากขึ้นได้

ช่วงที่ 3

ศิลปินอาชีพ (Professional Artist)

“ ช่วงที่ศิลปินขาดความรู้สึกอยากร้องเพลงมากๆ ไม่อยากขึ้นโชว์ เราจะช่วยพวกเขาโดยบอกกับผู้จัดการส่วนตัวของศิลปิน ว่างานไหนที่พอจะยกเลิกได้ ให้ขอยกเลิกไปเลย ชัก 3-6 เดือนให้ศิลปินได้อยู่นิ่งๆ เพราะศิลปินก็เบื่อเป็น จิตใจไม่พร้อมเล่น แม้เงินจะเยอะ เพราะบางทีศิลปินก็ต้องพักบ้าง เคยบอกศิลปินคนหนึ่งที่ได้รับงานเยอะ หมดพลัง ไม่อยากทำงานว่า เราเกิดมาเพื่อทำสิ่งนี้ อย่าไปคิดว่าทำเพื่อตัวเรา ให้คิดว่า เราทำเพื่อให้คนอื่นเขามีความสุข ศิลปินก็จะมีจิตใจดีขึ้นมากๆ ”

คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent

ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ ฮิส

ช่วงชีวิตนี้ศิลปินจะมีผลงาน ออกมาสู่สายตาชาวโลกพอสมควรและมีชื่อเสียงในวงกว้าง เป็นช่วงเวลาที่มียานมากมายเข้ามา โอกาสเสี่ยงที่จะถูกสิ่งยั่วยุให้สูญเสีย ความเป็นตัวตนที่ดีได้สูง อีกทั้งอาจเหน็ดเหนื่อย หมดพลัง ขาดแรงบันดาลใจ ในช่วงนี้ผู้ทำหน้าที่ดูแลศิลปินจะทำหน้าที่คอยเตือนสติ และให้คำแนะนำ ข้อคิดเพื่อเรียกพลัง กระตุ้นต่อมของแรงบันดาลใจของศิลปินให้พร้อมสร้างความสุขให้แฟนคลับ

ช่วงที่ 4

ศิลปินเบื้องหลัง (Back Stage Artist)

เมื่อผ่านช่วงชีวิตรุ่งโรจน์ สัมผัสประสบการณ์มากมาย คลื่นลูกใหม่เริ่มเข้ามาแทนที่มากขึ้น ศิลปินส่วนหนึ่งจะเริ่มเปลี่ยนบทบาทของตนไปในเส้นทางอาชีพอื่น อาจผันตนเองไปประกอบธุรกิจส่วนตัว เล่นละคร ภาพยนตร์ หรือทำงานเบื้องหลังทางดนตรี ส่วนหนึ่งอาจมาเป็นผู้ดูแลศิลปินซึ่งเป็นธรรมชาติของชีวิตที่จะต้องเป็นไป ศิลปินอย่างคุณสายชล ระดมกิจ ก็เข้าใจในจุดนี้ และกำลังทำหน้าที่ผู้ดูแลศิลปินด้วยความเข้าใจศิลปินด้วยกันในฐานะผู้ที่เคยอาบน้ำร้อนมาก่อน

“ การทำงานย่อมที่จะมีความเครียดอยู่แล้ว อยู่ที่ทัศนคติของเรา ไม่ได้อยู่ที่บริษัททำอะไร บริษัทก็เป็นแบบหนึ่ง ทุกบริษัทจะต้องมีปัญหาอยู่แล้ว แต่ตัวเราเองก็ต้องพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับบริษัท แค่นั้นคุณก็มีความสุขแล้ว อย่าไปตั้งแง่ อย่าตั้งธงว่าจะต้องเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ รู้จักโอนอ่อนผ่อนปรน ส่วนตัวก็คิดว่าอะไรที่ช่วยได้ก็ช่วยเขาไปเลย แค่นั้นได้ช่วยเขาก็มีความสุขแล้ว ตนเองอยู่กับเพลงมาตั้งแต่อายุยังไม่ 20 จนถึงตอนนี้เลยคิดว่าทำงานแบบนี้ที่ทำงานอยู่กับเพลง คนที่รักเพลง คนที่ทำเพลง คนที่เล่นเพลง มันคือชีวิตที่เราได้แสวงหาแล้ว ซึ่งในเมื่อก่อนเคยลองไปทำงานสายอื่นมาแล้ว แต่ก็รู้สึกไม่ใช่ว่าสุดท้ายเราก็คงต้องเป็นแบบนี้แหละ ”

ข้อคิดในการทำงานจาก คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ ฮิส



ในปัจจุบันบ้านเลิฟ อีส มี ศิลปินในทุกช่วงชีวิตตั้งแต่ช่วง 1-4 ซึ่งการมีผู้ทำหน้าที่ดูแลศิลปิน ที่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการ ทำงานและมีความสุขในการ ได้ทำหน้าที่นี้เป็นปัจจัยสำคัญ ปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยให้บ้านหลังนี้ สามารถดูแลและพัฒนาศิลปิน ของพวกเขาให้เจิดจรัสได้ใน วงการอย่างยาวนานต่อไป



คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent
ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ อีส



สร้างความสุขร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

“ เราบอกศิลปินเสมอว่าให้เป็นศิลปินที่สัมผัสได้ง่าย ในการติดต่อกับลูกค้า ถ้ามีกฎบริษัทอยู่อะไรที่พอ อะลุ่มอะล่วยให้ลูกค้าได้ก็จะชอบบริษัท ถ้าช่วยกันได้ ถ้าลูกค้าที่มีสัมพันธ์ที่ดีมาก่อนก็ช่วยกันไป ”

คุณสายชล ระดมกิจ
อดีตสมาชิกวง The Innocent
ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ อีส

บุคลิกของนักดนตรีผู้มอบ เสียงเพลงด้วยความอบอุ่นมา จากภายในเป็นจุดขายที่ทำให้ ศิลปินจากบ้าน เลิฟ อีส เป็นที่ ชื่นชอบจากพันธมิตรทางธุรกิจ มากมาย อาทิ SANSIRI และ TRUE เป็นต้น เมื่อเวลาที่ตัวแทน ของพันธมิตรเหล่านี้ต้องติดต่อ หรือร่วมงานกับสมาชิกของบ้าน เลิฟ อีส ไม่ว่าจะเป็นที่ทีมงานหรือ ศิลปินพวกเขาจะรู้สึกได้ถึงความ เป็นกันเอง การช่วยเหลือซึ่งกัน และกันซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ ทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงาน ออกมารวมกันได้อย่างราบรื่น

บุคลิกของนักดนตรีผู้มอบเสียงเพลงด้วยความอบอุ่นมาจากภายในเป็นจุดขายที่ทำให้ศิลปินจากบ้าน เลิฟ อีส เป็นที่ชื่นชอบจากพันธมิตรทางธุรกิจมากมาย อาทิ SANSIRI และ TRUE เป็นต้น เมื่อเวลาที่ตัวแทนของพันธมิตรเหล่านี้ต้องติดต่อหรือร่วมงานกับสมาชิกของบ้าน เลิฟ อีส ไม่ว่าจะเป็นที่ทีมงานหรือศิลปินพวกเขาจะรู้สึกได้ถึงความเป็นกันเอง การช่วยเหลือซึ่งกันและกันซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานออกมารวมกันได้อย่างราบรื่น

ตัวอย่างหนึ่งของโครงการที่ทาง เลิฟ อีส ดำเนินการร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจอย่าง SANSIRI คือ โครงการ Love Inspire Love โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของแบรนด์ SANSIRI ด้วยการเชิญลูกค้าบ้านแสนสิริจากทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้มีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์ของ

แบรนด์ให้เข้มแข็งในแง่มุมมองของแบรนด์บ้านที่มีความอบอุ่นอบอุ่นด้วยความรักหลากหลายรูปแบบผ่านการบอกเล่าเรื่องราวที่ได้เขาโครงเรื่องจริงมาจากลูกค้าบ้าน SANSIRI นำมาร้อยเรียงให้เป็นบทเพลงรักอบอุ่น 6 บทเพลงที่สร้างแรงบันดาลใจ และช่วยส่งเสริมสถาบันครอบครัวไทยให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น



“ลูกค้าเลือกที่นี่เพราะอบอุ่น และศิลปินซึ่งมี Reputation ด้านบวกด้วย Look เป็นศิลปินที่สามารถจับต้องได้ ซึ่งถ้าใครเดินมาหาคนเล่นดนตรี และมี Look Family ก็จะเลือกที่จะเดินเข้ามาหาเรา เราอาจจะไม่ใช่คน Trendy คนล้ำสมัยอะไร แต่ด้วย Look เราดู Friendly Warm เป็นครอบครัวอบอุ่น ”

คุณ ชลิตา ศิริเสถียรสม Client Manager แห่งบ้านเลิฟ อีส

SANSIRI เลือกบ้าน เลิฟ อีส เพราะเชื่อมั่นในบุคลิกของศิลปินที่มีความอบอุ่น เป็นมิตร เข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งยังเชื่อมั่นในทีมงานด้านการสื่อสารการตลาดที่สามารถสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึง และโดนใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ SANSIRI

ส่งมอบความสุขให้กับแฟนคลับ

“ กศนคคิของคุณบอยในการทำเพลง
เขาจะเลือกทำเพลงส่วนใหญ่เป็นเพลงในแง่บวก
ให้กำลังใจ ส่วนหนึ่งอาจเป็นแบบหนึ่งในตลาดที่มีไม่เยอะมาก ”

คุณสายชล ระดมกิจ อดีตสมาชิกวง The Innocent

ปัจจุบันเป็นผู้ดูแลศิลปินของบ้านเลิฟ อีส

คำจำกัดความเหล่านี้ทั้ง “ให้กำลังใจ” “อบอุ่น” “ความรัก” “ความผูกพัน” “มิตรภาพ” “ชีวิต” “ปรัชญา” “แรงบันดาลใจ” เป็นเหมือนหลักคิดสำคัญในการทำเพลงของศิลปินแห่งบ้านหลังนี้ โดยเพลงส่วนใหญ่ที่นำเสนอจะเป็นในแง่บวก ให้กำลังใจ หรือเลือกมองในแง่มุมที่ให้กำลังใจแก่ชีวิตของผู้ฟัง

ผู้ที่สร้างแรงบันดาลใจให้ศิลปินทุกคนที่เดินเข้ามาในบ้านหลังนี้ คือ คุณบอย โกสิยพงษ์ เพลงของเขาสร้างความสุขในวันที่ชีวิตเรียบง่ายสบายๆ สามารถให้กำลังใจในวันที่ชีวิตയാแม่ ให้แฟนคลับมีความรู้สึกร่วมไปกับเพลงทั้งในช่วงชีวิตที่มีความสุขและในยามตกทุกข์ได้ยาก ตัวอย่างของเพลงที่สร้าง

ความสุขให้กับแฟนคลับ เช่น “ฤดูที่แตกต่าง” “Live and Learn” “คะแนนแห่งชีวิต” “ล้มบ้างก็ได้” และอีกมากมาย ผลงานและความนิยมในตัวเขาเป็นที่ประจักษ์ จนทำให้บริษัท Work Point จำกัด มหาชน ต้องนำเรื่องราวของเขาไปออกอากาศเป็นเทปหนึ่งในรายการแฟนพันธุ์แท้

“ ชอบคุณเลิฟ อีส สำหรับเพลงดีๆ
ที่ทำให้รู้สึกดีขึ้นยามเหนื่อยๆ
เหมือนฟ้าหลังฝน ”

คุณ Lisa Paajanen

หนึ่งในเสียงสะท้อนจากแฟนคลับของบ้านเลิฟ อีส

ที่มา: Boyd Kosiyabong Fan Page (Facebook)
วันที่ 20 กันยายน 2554



ภาพคุณบอย โกสิยพงษ์ พาลูกสาวมาพบปะแฟนคลับ
ที่มา: LOVEiS Official Fan Page (Facebook)



ที่มา: Stamp Official Club Fan Page (Facebook) วันที่ 12 มีนาคม 2555



อัลบั้ม LOVEIS Vol.1-2 อัลบั้มแรกที่บ้าน เลิฟ อีส

“ชายคนนี้ เป็นผู้ชายที่ใครอยู่ด้วย
แล้วมีความสุขอย่างแน่นอน
ทั้งเฮฮา ไอยยนี้แหละผู้ชายกลางๆ

5555

”

คุณ Frame Itsara
หนึ่งในเสียงสะท้อนจากแฟนคลับ
ที่บ้านเลิฟ อีส

ศิลปินที่ได้รับแรงบันดาลใจจากคุณบอย โกสิยพงษ์ และได้รับการถ่ายทอดวิชาการแต่งเพลงจากชายคนนี้ และยังมีผลงานเป็นที่ประจักษ์มากมาย ทั้งเพลง “ความคิด” “สองหมื่น” “คนที่คุณก็รู้ว่าใคร” “มันคงเป็นความรัก” “ชายกลาง” “สบู่” และล่าสุดเขาได้รับการคัดเลือกให้เป็นทรนเนอร์ในรายการ The Voice ประเทศไทยเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน เป็นใครไปไม่ได้ นอกจาก คุณแอสตมป์ อภิวัชร เอื้อถาวรสุข เขาก้าวเข้าสู่วงการเพลงโดย Debut ในอัลบั้มแรกที่บ้านเลิฟ อีส ในอัลบั้ม LOVE is Vol. 1-2

จากศิลปินหน้าใหม่ที่เปิดการแสดงร้องเพลงสดในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง และไม่มีใครฟัง ปัจจุบันเขาเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงมากคนหนึ่งของประเทศไทย เหตุใดเข้าถึงแฟนฟังก้าวข้ามช่วงเวลานั้นมาได้ คำตอบที่ค้นพบ คือ ทักษะที่ดี ใจ ความตั้งใจ ความเป็นกันเอง และความเข้าถึงได้ง่ายของคุณแอสตมป์ที่มีให้กับแฟนคลับเสมอ ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของศิลปินแห่งบ้านเลิฟ อีส คุณแอสตมป์ คือ ตัวอย่างของศิลปินที่สามารถมอบความสุขให้กับแฟนคลับของเขาได้อย่างเสมอต้นเสมอปลาย

หลักคิดสำคัญในการทำเพลง การดูแลแฟนคลับ จากรุ่นสู่รุ่นของศิลปินแห่งบ้านหลังนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดของค่ายเพลงที่เหมือนบ้านของเหล่าศิลปินที่ทุกวันจะออกไปสร้างความสุขให้แฟนคลับด้วยบทเพลงและการแสดงที่แฟนคลับเข้าถึงพวกเขาได้ง่าย

“ศิลปินที่ร่วมอยู่ในเลิฟ อีส มีรูปแบบไม่เหมือนกับที่อื่นๆ ด้วยความที่เราอยู่เป็นครอบครัว Lifestyle ของศิลปินจะตัดดินไม่ถือตัว และดูแลรักษาแฟนคลับเป็นอย่างดี ทำให้มีแฟนคลับเหนียวแน่น ตั้งแต่ยังไม่ดังถึงปัจจุบัน แฟนคลับกลุ่มนั้นก็ยังมีอยู่”

คุณ ชลิตา ศิริเสถียรสม
Client Manager แห่งบ้านเลิฟ อีส

คืนความสุขสู่สังคม

นอกจากหน้าที่ในการสร้างความสุขให้แฟนคลับแล้ว บ้าน เลิฟ อีส ยังมีหน้าที่ในการมอบความสุขให้สังคมด้วยสิ่งที่พวกเขารักด้วย พวกเขาเลือกทำโครงการเพื่อนำความสุขกลับสู่สังคมอันเป็นที่มาของวงดนตรีเฉพาะกิจนามว่า “3 A.M.”



โดยมีแกนหลักประกอบด้วย คุณ บอย โกสิยพงษ์, คุณบอย ตรีภย ภูมิรัตน์ และ คุณแสตมป์ อภิวัชร์ เอื้อถาวรสุข และมี เสริมด้วยคุณกอล์ฟ สิงห์เหนือ เสือใต้ และคุณต๋อง วง Begin ซึ่ง เป็นการรวมตัวกันเมื่อเกิดวิกฤต ครั้งสำคัญบนโลก หรือวิกฤต ภายในประเทศไทยเท่านั้น เช่น เหตุการณ์สึนามิ และแผ่นดินไหว เป็นต้น

“เราแทบไม่อยากจะสายตัวเองเลย ขนาดพวกเรายู่ตรงนี้ เรายังรู้สึกเจ็บมากเลย แล้วพวกเขาจะรู้สึก เจ็บมากขนาดไหน ก็ขอเป็นกำลังใจ ให้พวกเขาสุดต่อไป และเชื่อว่าดวงอาทิตย์ต้องขึ้นมา อีกครั้งแน่ ๆ และผมยินดี ที่จะมอบเพลงนี้ ให้กับทางรายการต่าง ๆ เพื่อใช้เปิดเป็นกำลังใจ แก่ผู้ประสบภัยญี่ปุ่น ”

คุณบอย ชิว โกสิยพงษ์
Chief Vision Officer, CVO
แห่งบ้านเลิฟ อีส

เมื่อต้นปี 2554 เกิดเหตุ ภัยพิบัติสึนามิคร่าชีวิตผู้คนไป มากมาย ทำให้วง 3 A.M. ได้ ร่วมกันแต่งเพลงชื่อ “กัมปิตตะ เนะ” ซึ่งเป็นเพลงภาษาญี่ปุ่น แปลว่า “เข้มแข็งนะ” เพื่อมอบ เป็นกำลังใจให้แก่ชาวญี่ปุ่นที่ ประสบภัยอยู่ ณ ขณะนั้น และ ในช่วงที่เกิดวิกฤตมหาอุทกภัย ในเมืองไทย เมื่อปลายปี 2554 วง 3 A.M. ได้ร่วมกันแต่งเพลง



“หนึ่งเดียวกัน” เพื่อมอบให้ผู้ ประสบภัยได้รู้ว่าพวกเขาเป็นส่วน หนึ่งและเป็นเหมือนญาติพี่น้อง คนไทยเหมือนกัน และช่วยกัน ปลุกกระแสให้คนที่ไม่เดือดร้อน หันกลับไปช่วยผู้ที่ตกทุกข์ได้ยาก จากภัยพิบัติครั้งนั้น

แม้ว่าพวกเขาเหล่า สมาชิกในบ้าน เลิฟ อีส จะไม่ได้ มีกำลัง หรือทรัพยากรมากมาย ที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่าง พลิกฝ่ามือ แต่พวกเขาเชื่อว่าทุก คนสามารถที่จะควบคุมหัวใจ ของตนเองให้มีความหวังพร้อม ที่จะดำเนินชีวิตต่อไปอย่างไม่ ท้อแท้ได้

...เมื่อความสุขของชาวโลกหายไป...
พวกเขา 3 A.M. จะออกมาทำอะไรบางอย่าง เพื่อนำความสุขนั้นกลับมา...

คืนความสุขสู่สังคม

ปัจจัยความสำเร็จที่ทำให้บ้าน หลังนี้ยังคงความอบอุ่นไว้ได้ คือ ความรักซึ่งกันและกันของสมาชิก ในบ้าน ที่เป็นเกราะป้องกันปัจจัย เสี่ยงที่เข้ามากระทบองค์กร อีก

ทั้งบ้านหลังนี้ยังมีแกนกลางของ ครอบครัวที่ได้วางรากฐานคิด สำคัญ คือ การทำให้บ้านเล็กๆ หลังนี้กลายเป็น สหกรณ์ดนตรี ที่สมาชิกในบ้านทุกคนมีส่วนร่วม ในความเป็นเจ้าของ ร่วมทุกข์ ร่วมสุขกัน ผู้ที่จะก้าวเข้ามาเป็น สมาชิกในบ้านหลังนี้ต้องเป็นผู้ ที่คิดบวก อดทน ทุ่มเท เต็มที่ กับงาน และเข้าถึงแฟนคลับ ที่ สำคัญต้องเชื่อมั่นในหลักการของ สหกรณ์ดนตรี ซึ่งการทำเพลง การทำงานทุกอย่างของบ้านหลัง นี้เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ที่ยั่งยืน ขององค์กรและนำไปสู่การสร้าง ความสุข ส่งต่อความรัก อย่าง ไม่มีวันสิ้นสุด...



พื้นที่เล็กๆ แห่งนี้มีไออุ่น ของคนในบ้านเลิฟ อีสที่สามารถ สัมผัสได้ทุกครั้งที่มาเยี่ยมเยือน



Small Room

“เราจะทำเพลงด้วยกันไปจนแก่”

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, วัชรุพงษ์ ศิริโรคากิจ, ฅต.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



LL

การเป็นค่ายเพลง
หรือการเป็นบริษัท
เป็นการอยู่ร่วมกัน
ของสังคมกลุ่มเล็กๆ
ต้องเห็นกันเยอะ

TT

คุณรุ่งโรจน์ อุดมภักโพนธ์วัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรี
แห่งค่ายสมอลรูม

คำกล่าวที่ออกมาจากบทสนทนา แบบสบายๆ ระหว่างทีมวิจัยกับผู้นำของบริษัทแห่งนี้ ชายคนนี้มาทำงานทุกวันในวงเล็กๆ ของค่ายสมอลรูมในพื้นที่ปากซอยเอกมัย 10 ซึ่งเปิดตลอด 24 ชม. โดยไม่มีห้องทำงานประจำ สไตล์การบริหารงานของสมอลรูม คือ การทำงานร่วมกัน ช่วยกันคิด ช่วยกันทำ เช่น เมื่อถึงช่วงผลิตผลงานเพลงใหม่ (New Single) หรือการทำมิวสิควีดีโอ (MV) ของศิลปินหน้าใหม่ของค่าย ทั้งผู้นำ ฝ่ายบริหาร และทีมงานของค่ายมารวมกลุ่มช่วยกันโดยมีบทบาทแตกต่างกันไป แต่ละคนสามารถเสนอไอเดียข้ามสาย

งานที่ถนัดได้ตลอดเวลา เมื่อเกิดประเด็นที่ต้องมีการตัดสินใจจากฝ่ายบริหาร ก็สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว เพราะฝ่ายบริหารอยู่ในกระบวนการผลิตผลงานตั้งแต่ต้นผลดีที่ตามมา คือ ทำให้ศิลปินและทีมงานใกล้ชิดกับฝ่ายบริหารรวมทั้ง เกิดความอบอุ่นใจ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน ศิลปินหน้าใหม่ที่เข้ามา ก็เกิดความมั่นใจว่าจะไม่ถูกทอดทิ้งจากฝ่ายบริหารขององค์กร

แนวคิดในการบริหารที่แตกต่างจากค่ายเพลงอื่นๆ คือ การให้โอกาสศิลปินในสังกัดได้ร่วมงานกันไปตลอดเท่าที่ศิลปินมีกำลังทำได้โดยถือคติว่า เมื่อตัดสินใจ



เลือกศิลปินคนใดมาร่วมงานแล้ว
ก็ต้องให้โอกาสเขาได้ทำงานไม่
ว่าบทบาทใดก็ตาม

“
เราอยากอยู่ด้วยกันไปเรื่อยๆ
ไม่อย่างมีการเปลี่ยนแปลง
คนที่เรารับมาส่วนใหญ่ก็ถือว่าเป็น
คนที่มือเอ็ด
ถึงแม้ว่าจะ success หรือไม่
ในตลาด แต่เราก็เชื่อว่า
คนที่เราเลือกมาสามารถสร้าง
คุณภาพการให้กับวงการเพลงได้
รวมไปถึงการมีอยู่ของ
ค่ายเพลงสมอลรุม
เพราะงาน public ส่งผลต่อ
ความคิดดีกรุ่นใหม่ได้
ดังนั้น...เราไม่อยากจะให้คนที่เรา
เลือกมาหยุดสร้างผลงาน”

คุณรุ่งโรจน์ อุปถัมภ์โพธิวัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรีแห่งค่าย
สมอลรุม



ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึง
คุณภาพที่เกิดขึ้นแก่วงการเพลง
ได้อย่างชัดเจนที่สุด คือ หนึ่งใน
ศิลปินของค่ายสมอลรุมได้รับ
รางวัล “ศิลปินรุ่นเดอะผู้สร้าง
แรงบันดาลใจในรอบ 12 ปี” จาก
สถานีวิทยุ Fat Radio สถานีเพลง
ที่วัยรุ่นไทยให้ความนิยม และ
ผู้ที่ได้รับรางวัลนั้น คือ คุณเล็ก
Greasy Café ศิลปินที่สร้าง
ชื่อเสียงมาพร้อมกับค่ายสมอลรุม
เขาได้สร้างค่านิยมที่เป็นแรง
บันดาลใจของคนรุ่นใหม่ในเรื่อง
การทำอาชีพที่ตนรักสามารถหา
เลี้ยงครอบครัวได้

“
เวลาใครที่ชอบทำอะไรมากๆ
แล้วสามารถทำเป็นอาชีพได้
การที่เราได้ขีดเขียนเพลง ได้แต่งเพลง
ได้เอามาทำเป็นเพลง ได้เล่นกีตาร์
มันเป็นเรื่องที่สนุกและมีความสุขมาก
เราว่าความสุขคนเราต่างกันอยู่แล้ว
แต่เราว่าความสุขไม่เห็นต้องขี้มเลย
คนเราอยู่เฉยๆ เหมือนๆ
อาจจะมีความสุขกว่าคนที่กำลังขี้มก็ได้”

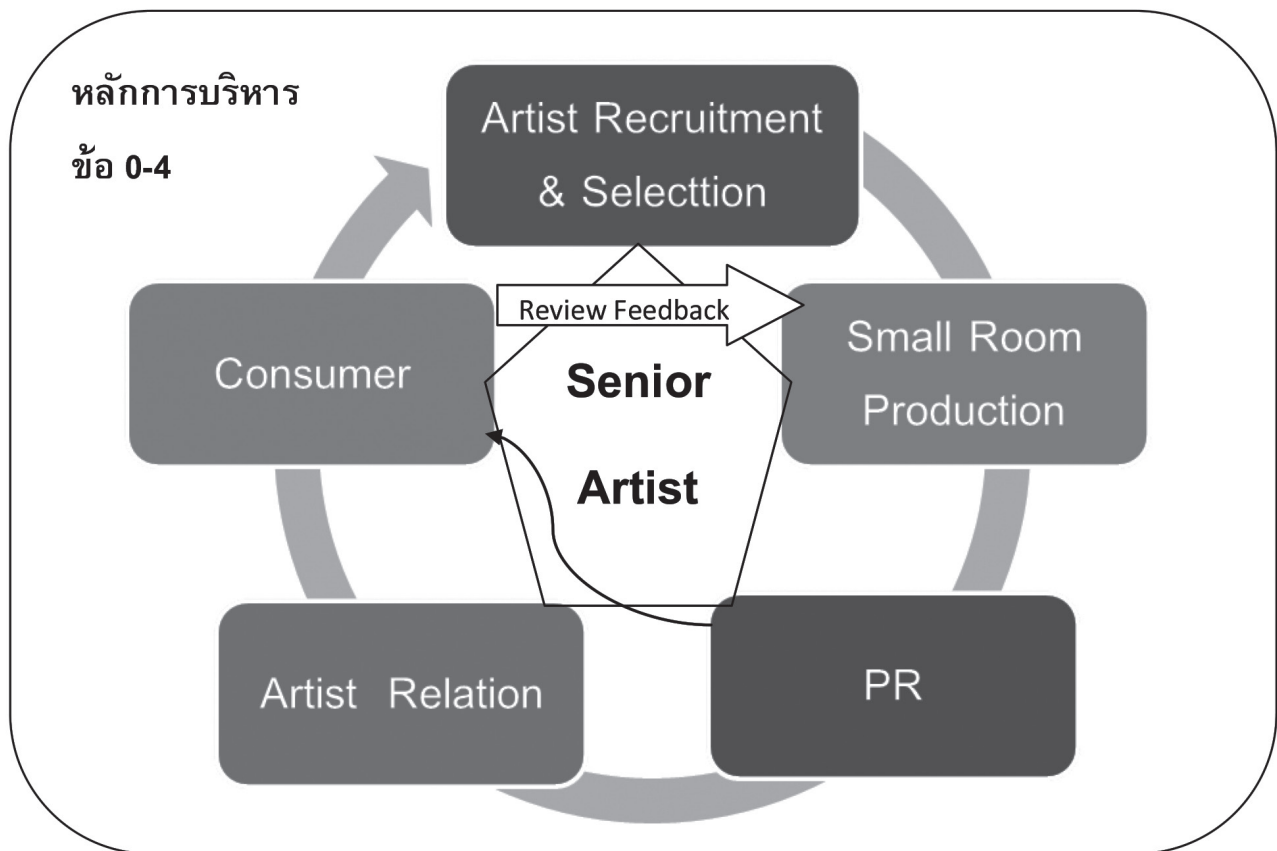
ความสุข คือ การได้ทำในสิ่งที่รัก คือ ความสบายใจ...คุณเล็ก Greasy Café' อภิชัย ตระกูลเผด็จไกร

ผู้ได้รับรางวัล “ศิลปินรุ่นเดอะ ผู้สร้างบันดาลใจในรอบ 12 ปี” จาก Fat Radio มอบให้ในปีพ.ศ.2555

วงจรชีวิตความสุขของสมอล룸 เริ่มต้นด้วยการสรรหาคัดเลือกศิลปิน (Artist Recruitment & Selection) ตามด้วยกระบวนการทำงานในการผลิตผล

งานเพลงแบบสมอล룸 (Small Room Production) เมื่อผลงานเพลงสำเร็จแล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ (PR) เมื่อสังคมและคนฟังเพลงได้รู้จักเพลงมากขึ้นแล้วก็เข้าสู่ช่วงการจัดจำหน่ายผลงานที่สืบเนื่องจากเพลง โดยมีฝ่าย Artist Relation เป็นผู้ทำหน้าที่นี้ในช่วงท้ายของวงจรเป็นการประเมินผลงาน การดูกระแสตอบรับจากสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลงาน และศิลปิน และ

ที่สำคัญในทุกกระบวนการของสมอล룸 ผู้มีประสบการณ์เป็นตัวช่วยสำคัญให้องค์กรแห่งนี้ขับเคลื่อนไปได้ ผู้มีประสบการณ์ในที่นี้ไม่จำเป็นต้องอายุมาก เพียงแต่มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ มากกว่าก็สามารถแบ่งปันให้ทีมฟังได้แม้ว่าอายุน้อยกว่า หรือแม้กระทั่งไม่ใช่สายงานของตนก็ตาม เปรียบได้ว่าองค์กรนี้เป็นชุมชนของนักฟังเพลง นักทำเพลง (Community of Song Lovers) ที่มาร่วมกันสร้างสรรค์งานสู่สังคม



วงจรชีวิตความสุข ใน เว็ 24 ชั่วโมง แบบ Small Room



นอกจากวงจรชีวิตความสุขแล้ว ในการทำงานทุกกระบวนการของสมอลรูม ทุกคน ทุกงานยึดหลักการ

5 ข้อ ตั้งแต่ข้อ 0 - 4 ซึ่งทุกคนที่ก้าวเข้ามาเป็นสมาชิกของสมอลรูมได้รับการปลูกฝังหลักการนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ค่ายเพลงแห่งนี้มีความรัก พี่พาทอาลัยซึ่งกันและกัน เหมือนครอบครัวที่อาศัยอยู่ในเว็งเดียวกัน

สำหรับธุรกิจเพลงในยุคปัจจุบันเกิดการแข่งขันสูง มีการละเมิดลิขสิทธิ์มากมาย แต่อย่างไรก็ดี เหตุใด ค่ายเพลงที่เกิดใหม่เมื่อ 12 ปีก่อนสามารถฝ่ามรสุมเหล่านั้นมาได้ และสามารถบริหารงานจนกระทั่งสามารถจ่ายเงินโบนัสให้กับพนักงานได้ทุกปี มากน้อยแตกต่างกันไป เป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับองค์กรในภาคธุรกิจอื่นในการศึกษาเพื่อนำแนวทาง

การบริหารงานให้พนักงานอยู่อย่างมีความสุข และอยู่รอดได้ในธุรกิจที่การแข่งขันสูงเช่นนี้ไปปรับใช้ในธุรกิจของตนได้

Artist Recruitment & Selection

“ วงที่สมัครต้องมีของเด็กที่มากที่ส่วนใหญ่ทำเพลงจากสิ่งที่ตัวเองอยากฟัง เป็นแนวเพลงที่เขาชอบอยู่แล้ว ”

คุณรุ่งโรจน์ อุปถัมภ์โพธิวัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรี
แห่งค่ายสมอลรูม

ปู่ Slur เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของศิลปินที่อยู่ค่ายสมอลรูม เขาเป็นนักฟังเพลง เล่นดนตรี มีบุคลิกที่ชัดเจน และทำเพลงแนวแพชั่นดนตรี ตอบโจทย์กฎข้อ 0 ขององค์กร นอกจากปู่ slur แล้วศิลปินท่านอื่นของสมอลรูม เช่น GK (คุณจิ้น-กชิติศ สำเนียง), Superbaker, TRMT (The Rich Man Toy), Tattoo Colour ศิลปินที่มีชื่อเสียงเหล่านี้ล้วนมีคุณสมบัติที่เป็นจุดร่วมเดียวกันทั้งหมด เหตุใดองค์กรเล็กๆ ที่มีพนักงานเพียง 30 กว่าชีวิต จึงได้มีระบบการสรรหา และคัดเลือกศิลปินได้ชัดเจนขนาดนี้

การสรรหา คัดเลือกศิลปินต้องได้รับการลงความเห็นจาก



หลักการบริหาร ข้อ 0-4

ข้อ 0 มั่นใจในตนเอง

ข้อ 1 ต้องคิดว่าตัวเองไม่เก่ง

ข้อ 2 ในเมื่อเราไม่เก่งเราก็ต้องขยัน

ข้อ 3 สงสัยให้ถาม

ข้อ 4 เชื่อฟังผู้มีประสบการณ์

นักฟังเพลง

เล่นดนตรี

บุคลิกชัดเจน

มีแนวงานเพลงชัดเจน

มีความมั่นใจในตนเอง



ฝ่ายบริหาร และการยอมรับร่วมกันจากศิลปินอาวุโสในค่าย ทำให้ศิลปินหน้าใหม่อย่าง The Jukk, The Yers, Polycat ต่างก็มีคุณสมบัติที่ชัดเจน มีจุดร่วมที่คล้ายกัน ซึ่งขั้นตอนการพิจารณาก็เทียบเคียงได้กับการสรรหาคัดเลือกขององค์กรทั่วไป ตั้งแต่การพิจารณาจาก ผลงานที่ผ่านมา เทียบเคียงได้กับการศึกษา Profile, การทดสอบด้วยการแสดงสด (audition) ซึ่งเทียบเคียงได้กับการทดสอบเชิงปฏิบัติ หรือการสรรหาศิลปินเชิงรุกด้วยการดูคลิปในสื่อออนไลน์ youtube และเดินทางไปติดต่อมาร่วมงาน (ศิลปินที่มาโดยวิธีนี้ คือ Polycat) ด้วยกระบวนการเหล่านี้ทำให้สมอลรูมมีศิลปินที่ผลิตผลงานเพลงให้สังคมได้เห็นอย่างต่อเนื่อง



นอกจากศิลปินที่กล่าวมาแล้ว
แล้วสมอลรุ่มยังมีศิลปินกลุ่ม
อื่นอีกมากมายที่โลดแล่นอยู่
ในวงการเพลง ได้แก่ Barbies,
JIDA, Lemonsoup, Lomasonic,
Penguin Villa, Spoonfulz และ
Yarinda



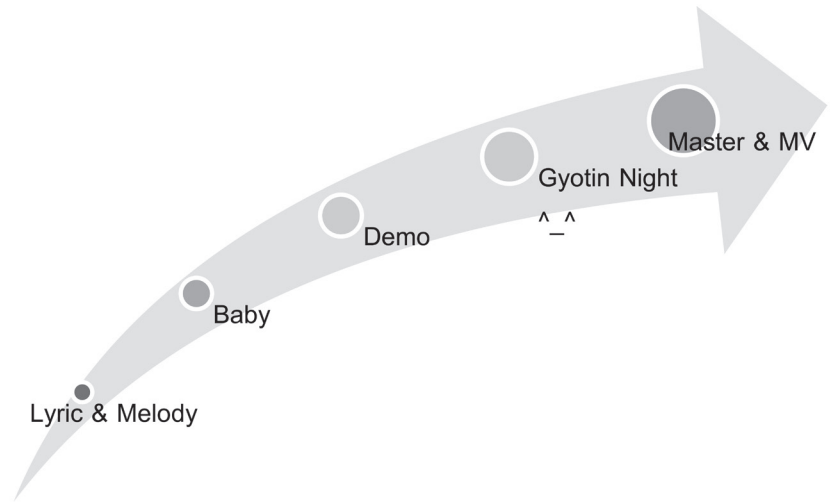
Small Room Production

ชีวิตการทำงานที่สนุกที่สุดของศิลปินสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายจังหวะด้วยกัน แต่หนึ่งในช่วงที่ผ่านไปได้อย่างที่สุด คือ การผลิตผลงานเพลงออกมาซึ่งคุณจิน - กษิธิษ หรือในวงการเพลงเรียกว่า GK ได้ให้ความเห็นว่าผลงานเพลงแต่ละชิ้นของสมอลธรมนั้นกว่าจะฝ่าด่านออกมาสู่สาธารณชนเป็นเรื่องที่ยากเย็นมาก ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอนซึ่งด่านสุดท้ายต้องผ่านการพิจารณาโดยการฟัง ซึมซับ วิเคราะห์ วิจารณ์ ด้วยจิตวิญญาณของเหล่าคนสมอลธรม ทั้งศิลปินและทีมงาน โดยเฉพาะด่านสุดท้ายที่ผ่านไปได้อย่างที่สุดคือ กลุ่มศิลปินอาวุโส (Senior Artist) ซึ่งคำคืนที่เป็นด่านทดสอบสุดท้ายของคุณ GK เรียกว่า

“ คีนกิโอติน ของสมอลธรม ”

Lyric & Melody

ช่วงของการแต่งเนื้อเพลงและทำนอง ทั้ง 2 องค์ประกอบสามารถเกิดขึ้นก่อนหลังสลับกันได้ บางเพลงอาจเขียนเนื้อเพลงขึ้นก่อน บางเพลงก็สร้างสรรค์ทำนองขึ้นมาแล้วค่อยหาเนื้อเพลงมาใส่ ในขั้นตอนนี้เป็นช่วงที่ยากช่วงหนึ่งที่จะเริ่มต้น คล้ายกับการ



ขั้นตอนการผลิตเพลงแบบฉบับสมอลธรม

ทำงานอย่างใดอย่างหนึ่ง หากสามารถเริ่มต้นได้แล้ว ทั้งเนื้อเพลงและทำนองจะหลั่งไหล พรั่งพรูออกมาได้อย่างเป็นธรรมชาติ

Baby

การผสมผสาน กลั่นกรองทำนองผนวกเข้ากับเนื้อเพลงผ่านการทดลองซ้ำแล้ว ซ้ำเล่าจนได้เพลงที่พร้อมรอการเข้าห้องอัดเสียง ทั้งการเขียนเพลง แต่งทำนอง และช่วงนี้เป็นเวลาที่ศิลปินเกิดความสนุก เพราะสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ อาจเรียกว่าเป็นช่วงหนึ่งของการได้ทำในสิ่งที่รัก ดังที่คุณเล็ก อภิชัย ตระกูลเผด็จไกร ได้กล่าวไว้ข้างต้น

การช่วยเหลือกันของฝ่ายบริหาร ทีมงาน ศิลปินก็เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้เช่นกัน ยกตัวอย่างเพลงของคุณ จิน-กษิธิษ ได้รับความช่วยเหลือจาก คุณรุ่ง และคุณเยว่ง Slur มาช่วยกันผสม

เนื้อเพลง กับทำนองจนกระทั่งออกมาเป็นเพลง “รักสนุก”

“ ช่วงสร้างเพลงนี้แหละ เราเรียกว่าช่วงสร้างBaby ซึ่งจะสนุกมากในการเอาอะไรมาผสมกัน ”

คุณ จิน-กษิธิษ

ศิลปินหน้าใหม่แห่งค่ายสมอลธรม

Demo

การบรรเลงเพลงที่มีทั้งคำร้อง และทำนองไว้ในแผ่นซีดีเพื่อนำไปสู่ “คีนกิโอติน” โดยศิลปินคาดหวังว่าจะผ่านคีนที่ลุ่มที่สุดไปได้ เป็นช่วงเวลาที่ได้เห็นผลงานของตนผ่นขั้นต้นแล้ว





Gyotin Night

คำคืนแห่งการวิพากษ์วิจารณ์จากเหล่าชาวชุมชนนักฟังเพลงแห่งค่ายสมอลูมที่มาร่วมตัวกันเพื่อฟัง Demo ที่ศิลปินนำมาเปิดให้ฟังเป็นครั้งแรกซึ่งโดยส่วนใหญ่ไม่ผ่านในครั้งเดียว แต่ศิลปินต่างก็เฝ้ารอให้คืนนี้มาถึงเทียบเคียงได้กับผลงานของฝ่ายผลิตจะผ่านสู่ตลาดได้หรือไม่ นั่นขึ้นอยู่กับการตรวจสอบของฝ่าย QC ซึ่งก็คือชาวชุมชนแห่งค่ายสมอลูมนั่นเอง

หลังคำคืนกโยตินก็อาจเกิดเรื่องราวดีดีในค่ายแห่งนี้ได้เช่นกัน เช่นเตรียมเพลงมาในคืนกโยติน โดยมีเพลงที่คิดว่าสมบูรณ์ และไม่สมบูรณ์ แต่เมื่อฟังเสียงชาวชุมชนสมอลูมแล้ว กลับเลือกเพลงที่ยังไม่สมบูรณ์ ทำให้วันต่อมา ทีมนักแต่งเพลง ทีมดนตรี จะระดมมาช่วยกันผสมผสานเพลงที่ไม่สมบูรณ์นั้นให้เสร็จเพื่อนำเข้าสู่ที่ประชุมของชาวชุมชนสมอลูมในคืนกโยตินอีกครั้ง แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือร่วมใจของทีมงานและศิลปินที่มีให้แก่กันเสมอ

“ ช่วงสงนี่สนุกสุด
เพราะว่าตื่นเต้นกับคำวิจารณ์ว่า
จะเป็นอย่างไร เพราะว่า
เราไม่สนใจคำวิจารณ์หลังจากที่
ออกไปจากสมอลูม เลย
เพราะพี่จันจะปิดหมด
แต่ถ้าคำวิจารณ์ที่นี้ดีแล้วก็โอเค
เราเฮปปีแล้ว
ไม่ใช่แค่พี่รุ่งฟังคนเดียวนะ
มีเดอะแองค์ ทั้งค่ายมานั่งฟังแล้ว

วิจารณ์กัน เพราะฉะนั้นถ้าไม่เปิด
อย่าได้มาปล่อย ทำให้เรารู้สึกว่า
เราต้องทำให้ดีที่สุด

แต่ก็ยังไม่รู้ว่าหอยจะออกอะไรก็ไม่รู้
ก็ขอให้ทุกคนมาฟัง แต่พี่รุ่งเป็น
คนประกาศผล ”

คุณ จัน-กษิดิษ

ศิลปินหน้าใหม่แห่งค่ายสมอลูม

PR

หลังจากผลงานเพลงได้ผ่านพ้นคืนกโยตินจนกระทั่งได้ออกมาเป็นเพลง(Master) แล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้คนฟังเพลงทั้งหลายได้ยินผ่านหู ได้ฟังบ้างไม่มากก็น้อย ซึ่งกระบวนการในการประชาสัมพันธ์นั้นมีหลายขั้นตอนต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ผสมผสานกันได้อย่างลงตัวเพื่อให้เพลงนั้นได้กระจายไปถึงมวลชนคนฟังทั่วประเทศ จากการสัมภาษณ์คุณละ พิรยา ศรีทอง PR

แห่งค่ายสมอลูมได้กล่าวกับทีมวิจัยถึงเคล็ดลับในการทำ PR ไว้ว่า

“ อันดับแรกเราต้องดึงจุดขายของศิลปินออกมาให้ได้มากที่สุด อย่างเช่นกรณีของศิลปินหน้าใหม่อย่าง The Yers ตอนขายแรกๆ จะบอกว่า ‘อู๋’ นักร้องนำเป็นน้องชายแท้ๆ ของบ๊วย Slurii ละ อู๋ยังเป็น Producer ทั้ง 10 เพลงในอัลบั้ม เราขายความสามารถ บางวงจุดขาย คือ รวมวงดนตรีกันตั้งแต่เริ่มต้น เราพยายามทำให้คนสนใจ เพื่อให้พาเราไปหารายการ แต่ถ้าเพลงเริ่มติดตลาด ก็เริ่มง่ายขึ้น ต้องให้สื่อเห็นเยอะๆ ไปงาน Events เยอะๆ แล้วเราก็ทำ Profile ไว้พร้อมเสร็จ ”

คุณละห์ พิรยา ศรีทอง
PR แห่งค่ายสมอลูม



การศึกษาการทำประชาสัมพันธ์ของค่ายเพลงเป็นการเรียนรู้การส่งความสุขไปยังผู้ฟังองค์กรในธุรกิจอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารองค์กรได้ กรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงความสร้างสรรค์ในการสื่อสารของสมอลรัม คือ กรณีของวง 'Superbaker' ที่ทำเพลงครั้งแรกในชื่อภาษาอังกฤษว่า Minute of Love แต่ตั้งเป็นภาษาไทยว่า

“ความรู้สึกของฉัน
ที่มีเธออยู่ด้วยกันอีก
คนบนโลกใบนี้ ”

เนื่องจากยุคนั้นการจัดอันดับเพลงในแต่ละสัปดาห์ของสถานีวิทยุต่างๆ ทำโดยการใช้ตารางบ่งบอกอันดับความนิยมเผยแพร่ไปยังสื่อต่างๆ คุณรุ่ง ผู้นำแห่งสมอลรัมอยากทดลองป่วนวงการเพลงด้วยการตั้งชื่อ

เพลงให้ยาวถึง 17 พยางค์เพื่อให้เวลาประกาศอันดับเพลงหรือเมื่อดีเจเห็นชื่อเพลงแล้วต้องเกิดสะดุดตา และทดลองฟังเพลงนี้ซึ่งวิธีนี้ก็ส่งผลทำให้วง Superbaker เริ่มมีชื่อเสียงมาจนถึงปัจจุบัน

“เมื่อก่อนค่ายเพลงส่งเพลงมาที่ชาร์ต โดยใช้ตารางพี(คุณรุ่ง)เขาก็อยากป่วนคิดว่าตารางบอกอันดับเพลงนั้นมีพื้นที่เหลือเยอะ จึงอยากเอาเพลงที่เพราะมากๆ เป็นใครก็ไม่รู้มาร้อง แล้วก็ เป็นชื่อที่แปลกที่สุด ซึ่งออกมาเป็นชื่อเพลงที่ยาวมาก ”

คุณ กอล์ฟ -ประภพ ชมถาวร
นักร้องนำวง Superbaker
และหัวหน้าวงดนตรี
แห่งค่ายสมอลรัม

อารมณ์ขัน ความกวน ความคิดสร้างสรรค์ที่แฝงอยู่ในการประชาสัมพันธ์ผลงานต่างๆ ของสมอลรัม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารในองค์กรในภาคธุรกิจอื่นได้โดยการใส่อารมณ์ขันลงไปข้อความที่ส่งถึงพนักงานในสื่อต่างๆ เพื่อทลายกำแพงที่ขวางกั้นระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงานให้เริ่มใกล้ชิดกันมากขึ้น

การศึกษาโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เน้นความคิดสร้างสรรค์อย่างสมอลรัมพบว่าใช้การประชาสัมพันธ์ที่เป็นแบบแผนพอสมควร แสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นเพียงจินตนาการ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของประสิทธิภาพ และประสิทธิผลด้วย

ตัวอย่างแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสมอลรัมที่สรุปได้จากการสัมภาษณ์เป็นโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ศิลปินหน้าใหม่แบบพอสังเขป เพื่อแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารอย่างมีระบบขององค์กรเชิงสร้างสรรค์





ช่องทางในการ PR	ก่อน PR	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	1-3 เดือน
ประชุมทีมงานทั้งค่าย 30 กว่าคน	✓					Feed Back Artist Product & Services
วิทยุในกรุงเทพ		✓				
วิทยุในจังหวัดหัวเมือง*				✓		
โทรทัศน์**			✓			
สิ่งพิมพ์ (นิตยสาร หนังสือพิมพ์)			✓			
เว็บไซต์ และ Fanpage		✓				
Media Relationship Management			✓			

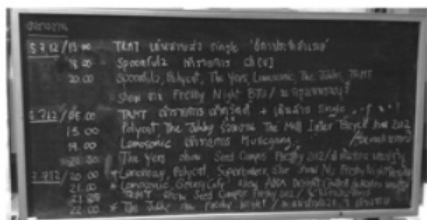
(*เชียงใหม่ โครราช ขอนแก่น หาดใหญ่)

(**Channel V, Cable ท้องถิ่น ฯลฯ)

เนื่องด้วยศิลปินของสมอลรุมมี
ความโดดเด่น แนวเพลงชัดเจนจึง
สามารถสร้างดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์
เข้าสู่วงการเพลงได้มากมาย ส่งผล
ให้หน้าที่การประชาสัมพันธ์ทำได้
อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนหนึ่ง
เนื่องจากการคัดกรองศิลปินเป็น
ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้ผลผลิตเพลง
ที่โดดเด่นออกมาสู่สังคมคนฟังเพลง

“เราไม่ได้ต้องการแตกต่าง เพียงแต่เพลงของเราแตกต่าง เราไม่ได้ต้องการให้สมอลรุมดูแนวทิศทางมันไปแบบนั้น ด้วยศิลปินเราแตกต่างตั้งแต่การคัดกรองศิลปิน คาแรคเตอร์ของวงแตกต่างอย่าง The Richman Toy, Slur, Tattoo Colour อาจทำให้ค่ายเราไม่เหมือนใคร อย่างในเมืองไทย แถบไม่มีแนวแบบวง The Yers แต่ในเชิงPRเราไม่ได้ต้องการคิดให้ต้องแนวคิดแต่ที่เราต้องมี Gimmick ของแต่ละซิงเกิ้ลในแต่ละอัลบั้ม ว่าจะโปรโมตยังไง”

คุณละ: พิรยา ศรีทอง PR แห่งค่ายสมอลรุม



AR : Artist Relation

“

Happy มากๆ เขาปล่อยให้เรา
เป็นในสิ่งที่เราอยากเป็น
เราก็ไม่คิดว่าเราจะเป็นขนาดนี้
555

พี่รุ่งนี่แหละเวลาแต่งตัวเวลา
เขาก็บ่น วันไหนแต่งมาเยอะๆ
เขาก็ชอบ เราก็เออดีนะ555

”

คุณ จิน-กษิตซ์

ศิลปินหน้าใหม่แห่งค่ายสมอลรุ่ม

ขึ้นชื่อว่าศิลปินก็สามารถ
เทียบเคียงได้กับสายอาชีพที่เป็นผู้
มีความสามารถสูง การผลิตผลงาน
ออกมาต้องใช้ความคิด จินตนาการ
สภาพจิตใจที่เหมาะสม ผสมกันให้
ลงตัวซึ่งสำหรับที่สมอลรุ่มนั้นผู้ที่
ใกล้ชิด คอยอำนวยความสะดวก
ช่วยเหลือ จัดคิวงาน ประสานกับ
ลูกค้า คือ ฝ่าย Artist Relation,
AR

ทีมวิจัยได้มีโอกาสพบกับ
คุณกบ พรพรรณ ยอดศรีเมือง
AR แห่งค่ายสมอลรุ่ม และได้เรียนรู้ว่าการดูแลศิลปินนั้น
อันดับแรกต้องเข้าใจศิลปินก่อน
โดยต้องทำความรู้จักกับศิลปิน
เพื่อศึกษาว่าแต่ละคน แต่ละวง
มีลักษณะนิสัยอย่างไร มีจุดขาย
ด้านไหน ชอบอะไร ไม่ชอบอะไร
มีข้อจำกัดอย่างไรเพื่อใช้เป็น
ข้อมูลในการพิจารณาเลือกรับ
งานให้กับศิลปิน

“

แต่ละวงมี limit ของเขา อย่าง Tattoo Colour ขอหยุดวันอาทิตย์
ถ้าไปต่างจังหวัด วันรุ่งขึ้นกลับมาจะไม่รับงาน ไม่ไหวแล้ว ต้องหยุดวันนึง
แต่ถ้าเป็นงานในกรุงเทพฯก็โอเค รับทุกวัน
เดือนนึงรับ 20 งาน แต่ละวงก็มีลิมิตต่างกันเราก็ต้องมาจัดดีๆ ปกติ
ถ้ามีงานไหนรับมาคว้าว่างก็รับ
สมมติเป็นงานเปิดคอนเสิร์ต งานสายชิวๆ จัดริมน้ำเราก็แนะนำ Superbaker

”

คุณกบ พรพรรณ ยอดศรีเมือง AR แห่งค่ายสมอลรุ่ม



หลังจากฝ่าย AR ได้ศึกษา
ทำความเข้าใจกับวงดนตรีแล้ว
ต่อไปเป็นการจัดกลุ่มศิลปินที่มี
ลักษณะหรือ แนวดนตรีคล้ายกัน
ให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อใช้ในการ
จับคู่ศิลปินที่เหมาะสมกับงานที่มี
ลักษณะตรงกัน โดยการรับงานใช้

การจัดลำดับแบบมาก่อนได้ก่อน
(First Come First Serve)
ลูกค้ารายไหนติดต่อมาก่อนต้อง
รับงานนั้นก่อน แม้ลูกค้าบางราย
เสนอค่าตอบแทนมากกว่าที่ตั้งไว้
ก็ตาม เพราะลูกค้าทุกกลุ่มสำคัญ
กับสมอลรุ่ม

ตัวอย่างการจัดกลุ่มศิลปิน

แนวดนตรี	วงดนตรี
สายอบอุ่น	Superbaker, Lemonsoup
สายปาร์ตี้	Slur, GK
สายแซ่บ	The Rich Man Toy, Tattoo Colour



ข้อสังเกตหนึ่งที่ได้พบจากการขายงานของ AR คือ การให้โอกาสวงน้องใหม่ที่แจ้งเกิดได้ไม่นาน ได้ร่วมเล่นกับวงที่มีชื่อเสียงเพื่อขยายฐานแฟนคลับ และประชาสัมพันธ์ได้อีกทาง ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้รับค่าตอบแทนเรียกว่า แพคเกจ แต่บางครั้งก็ได้รับเนื่องจากวงใหญ่ที่มีชื่อเสียงแบ่งรายได้มาให้กับวงน้องใหม่ที่ไปร่วมเล่นด้วยกัน ตัวอย่างของวงน้องใหม่ได้แก่ The Jukk, The Yers และ Polycat ส่วนตัวอย่างของวงใหญ่ได้แก่ The Rich Man Toy และ Tattoo Colour

หลังการเล่นดนตรีร่วมกัน
ของวงใหญ่ วงเล็ก สิ่งหนึ่งที่เป็นความน่ารักของชาวชุมชนสมอลธรัม คือ การมานั่งคุยกัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันถึงข้อดี ข้อเสียของการใช้ซึ่งกันและกัน วงใหญ่นำวงเล็ก น้องใหม่เสนอรุ่นพี่เป็นกระบวนการของชุมชนคนรักดนตรีที่สามารถไปประยุกต์ใช้ในงานหลายสาขาที่อาศัยความชำนาญและประสบการณ์ที่เมื่อมีการแบ่งปันระหว่างกันจะเกิดการต่อยอดเทคนิคไปได้ไม่สิ้นสุด เกิดความยั่งยืนในการอยู่ร่วมกัน เทียบเคียงได้กับลักษณะของการสร้างชุมชนนักปฏิบัติหรือ Community of Practices, COPs ที่ผู้เชี่ยวชาญมาร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน อย่างต่อเนื่อง และต่อยอด

“

การช่วยกันด้วยความเป็นครอบครัว
สมมติลูกค้า request วงใหญ่ หรือ วงกลาง ก็มีวงเล็กพ่วงไปด้วย
เพื่อให้มีโอกาสในการเล่นมากขึ้น เป็นการช่วยกัน
รายได้บางก็แพคเกจ
บางก็มีการใช้จ่ายบ้าง ซึ่งวงใหญ่ที่นี้ โคตรใจ
อย่างเช่น Tattoo Color

”

คุณรุ่งโรจน์ อุปกัมภักโฬวิวัฒน์ ผู้นำชุมชนคนรักดนตรีแห่งค่ายสมอลธรัม

“

เพราะความสามัคคี และความที่เราอยู่กันแบบแนบแน่น
ปลุกฝังให้รักกัน อยู่ด้วยกันต้องรักกันนะ
ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เวลาไปงานถ้าไปหลายๆ วงก็ช่วยกันดู
เช่น วงนี้ควรร้องยังไง Entertain ยังไง
ก็มาแชร์กัน ร้องแบบนี้ดีกว่า ทำทางแบบนี้ดีกว่า
อะไรแบบนี้คือทุกคนช่วยกัน

”

คุณกบ พรพรรณ ยอดศรีเมือง AR แห่งค่ายสมอลธรัม

Artist Relationship Management

ฟังก์ชันหนึ่งที่ค่ายเพลงทุกแห่งต้องมี คือ การสร้างความสัมพันธ์กับศิลปิน โดยทีมวิจัยได้พบกับ หัวหน้าวงดนตรีของสมอลธรัม ผู้นำหน้าที่เป็นเสาหลักในการดูแลศิลปินในเรื่องทางเทคนิคที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของศิลปิน การทำเพลง การปฏิบัติตน การพัฒนาตนเอง ชายคนนี้เห็นการเปลี่ยนแปลง ความเคลื่อนไหวของค่าย เข้าใจศิลปินรุ่นใหม่เป็นอย่างดี เขาได้ผ่านช่วงที่ต้องพัฒนาตนเอง เจอปัญหาของศิลปินหน้าใหม่มาทั้งหมดแล้ว เขา คือ **คุณกอล์ฟ - ประภพ ชมถาวร นักร้องนำ Superbaker** เขากล่าวถึงหลักคิดสำคัญในการทำหน้าที่นี้ว่า เขามีหน้าที่ทำให้สมอลธรัมซึ่งประกอบด้วยทีมงานและศิลปินอยู่กันไปนานๆ

“

เรากลายเป็นรุ่นใหญ่ไปแล้ว
หน้าที่เราก็เหมือนเป็นครูช่วย
เหลือให้พี่รุ่งก็เป็นหน่วยหนึ่งที่ทำให้อองกรณ์พัฒนาไปได้ดี
เราก็เหมือนพนักงานคนนึง
เพียงแต่ว่ารายได้มาจากทางอื่น
พี่รุ่งบอกว่าเสมอว่าพนักงาน
ก็เหมือนวงดนตรีนะ
แค่มีหน้าที่ตรงไหนก็ทำตรงนั้น
แต่จริงๆ ก็คือทีมเดียวกันหมดเลย
ผมก็ขอเป็นหน่วยหนึ่งที่ทำให้ทีมนี้
อยู่ได้นานๆ

”

คุณ กอล์ฟ -ประภพ ชมถาวร
นักร้องนำวง Superbaker และ
หัวหน้าวงดนตรีแห่งค่ายสมอลธรัม

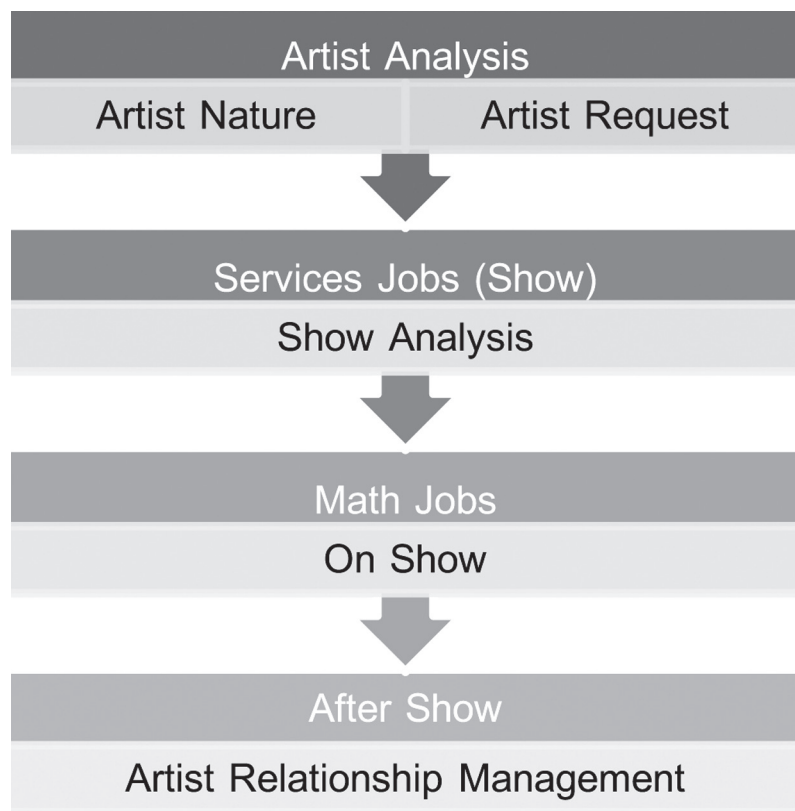
ความรู้สึกของชาวชุมชนสมอลูมที่มีต่อเว็ 24 ชม. ของค่ายแห่งนี้สะท้อนออกมาจากคำกล่าวของคุณฝน - วรางคณา อุดมมะนะมือเบสวง Superbaker เธอเป็นนักดนตรีอิสระ มีวงดนตรีมาก่อนและมีโอกาสได้ย้ายมาร่วมงานกับสมอลูม เธอกล่าวกับทีมวิจัยถึงความรู้สึกที่มีต่อสมอลูมด้วยแววตาที่สดใส มีความหวัง มีความสุข เหมือนกับเพิ่งได้เข้ามาสังกัดสมอลูมไม่นาน เหมือนกับเป็นศิลปินหน้าใหม่ที่มีไฟเปี่ยมล้นทีเดียว

“ ฝนชอบบรรยากาศที่นี่มากกว่า
ล่าสุดเมื่อคืนเราไปแคมป์กันมาที่นิง
แต่เนื่องด้วยสภาพอากาศฝนตก
เล่นไม่ได้ พอกลับมาถึงค่าย ทุก
คนก็พร้อมใจกันฉลอง ปาร์ตี้
คลายเครียดกันตรงนี้
แล้วมันสนุกมาก มันทุกวงจริงๆ
ทุกคนพร้อมใจกันเฮฮา ไม่มีเก๊ก
ไม่มีแบบขยับง่วงดังกว่าแก็ก ขึ้นหรือค
แก็กมันป๊อป มันไม่มี มันคุย
ปล่อยมุขเฮฮากันทุกคน
สนิทกันเร็วมาก อาจด้วยเพราะนิสัย
หรืออะไรบางอย่างที่มันคลิกตรง
กันก็เลยรู้สึกเหมือนมาบ้านเพื่อน
สมมติวันนี้ว่างมากไม่รู้ทำอะไรเขา
ก็เข้ามาสมอลูมแล้วก็มา
เล่นเกม มาคุย ฮาแตกกัน
อันนี้เป็นเรื่องที่ฝนประทับใจมาก
ตั้งแต่วันแรกมาจนถึงปัจจุบันนี้ก็
ยังเป็นอยู่ ”

คุณฝน - วรางคณา อุดมมะนะ
มือเบสวง Superbaker
แห่งค่ายสมอลูม

เมื่อศึกษากระบวนการทำงานของฝ่าย AR มาทั้งหมดแล้ว ทีมวิจัยได้สรุปขั้นตอนกันทำงานของ AR เพื่อให้สะดวกต่อการทำความเข้าใจ และนำแนวคิดไปประยุกต์ในการบริหารคนที่เกี่ยวข้องกับงานที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์

ตารางสรุปการทำงานของฝ่าย AR แห่งสมอลูม



“ การทำงานบันเทิง ถ้าไม่ได้เป่าเรา
ก็ไม่ได้โทษกัน อาจเป็นข้อที่ทำให้
พนักงานอยู่ด้วยไม่เกร็ง
ถ้าเครียดก็อาจเครียดร่วมกัน
ถ้า happy ก็ happy ร่วมกัน ”

คุณรุ่งโรจน์ อุปัทม์ภโวธิวัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรี
แห่งค่ายสมอลูม

Review Feedback

คำถามที่มักเกิดขึ้นหลังจากเพลงที่เผยแพร่สู่ท้องตลาดไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นคำถามเริ่มต้นของขั้นตอนการปรึกษาหารือของชาวชุมชนสมอลูม...



ขั้นตอนที่มีการรวมตัวกันของชาวชุมชนสมอลูมมากที่สุด รองจากคำคืนกโยติน คือ ช่วงที่เพลงใหม่ (Single) ออกสู่ตลาดได้ระยะหนึ่งและเริ่มมีเสียงตอบรับ (Feedback) ทั้งในทางบวกและทางลบ โดยการรวมตัวนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อมาค้นหาว่าทำอะไรให้ Single ที่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ณ ตอนนั้น ได้เป็นที่รู้จัก หรือ หาแนวทางทำให้ Single ต่อไปประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นการรวมตัวกันทั้งบริษัท ไม่ว่าจะเป็นศิลปิน ทีมงานเพลง PR AR และทุกคนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นในมุมมองที่ตนรู้สึกอย่างอิสระ และเจ้าของผลงานเพลงที่ได้รับการ

วิพากษ์ก็พร้อมรับข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อไปพัฒนาผลงานต่อไป

“คนที่มานั่งคุยก็คุยกันหมด ไม่มีอาย ไม่มีหมกมุ่น อายทำไม เราต้องมาช่วยกันนั่งวิเคราะห์ วงที่ยังไม่ดังก็ต้องใส่ใจ เป็นประโยชน์อยู่แล้ว ช่วยให้อริชักรพัฒนาไปเรื่อยๆ”

คุณรุ่งโรจน์ อุปถัมภ์โพธิวัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรี
แห่งค่ายสมอลูม

การที่สมอลูมสามารถทำกระบวนการนี้ได้เป็นเพราะคนที่ก้าวเข้ามาในค่ายแห่งนี้ต้องผ่านการคัดกรองมาอย่างดี และสิ่งสมวัตฒนธรรมการช่วยเหลือ

กันมาตั้งแต่ต้น ทำให้เมื่อถึงเวลาต้องการทางแก้ไข พัฒนาการของคนช่วยกันเต็มที่ เพื่อเป้าหมายเดียวกัน

“ผมไม่รู้ที่อื่นเป็นไงนะ แต่ที่นี้พอเปิดก็มานั่งคิดกันว่าทำไมทำไมถึงยังไม่ได้ แล้วทำยังไงให้มันได้ พูดง่าย ๆ ว่าถ้าเอ็งยังไม่หยุด ซ้ำก็ยังไม่หยุด เหมือนกับว่าเขาได้ Screen มาแล้วว่อยากสร้างชุมชนที่เป็นคนประเภทเดียวกันขึ้นมา แล้วก็ช่วยกัน ช่วยกันถ้อยก็ถ้อย ออาศัย วงการมันเปลี่ยนด้วย สไตลพ์รุ่งก็คือถ้าเพลงQCไม่ผ่านก็ไม่ผ่าน เขามีความเกี่ยวข้องอยู่ แต่ว่าถ้าได้ออก ผ่านมาตรฐาน แล้วก็จะได้ทำไปนานๆแล้ว”

คุณ กอศฬ –ประภพ ชมดาวร นักร้องนำวง Superbaker และหัวหน้าวงดนตรีแห่งค่ายสมอลูม

วงใหญ่ที่มีชื่อเสียงของสมอลูมอย่าง Tattoo Colour ก็ผ่านช่วงเวลานี้มาเช่นกัน ใน single เปิดตัว เพลง “ฟ้า” ก็ใช้เวลานานกว่าจะทำให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งตัวช่วยสำคัญที่มาระดมความคิดเห็น คือ ชาวชุมชนสมอลูม ทำให้ผ่านช่วงเวลานั้นมาได้จนพวกเขากลับมาชื่อเสียงจนถึงทุกวันนี้

“กว่าเพลง ฟ้า เพลงแรกของวง Tattoo Color จะดังก็ใช้เวลา 7-8 เดือน เราคุยกันด้วยตรรกะ ด้วยเหตุผล อย่างมันก็เป็นอะไรที่เราลับสมองได้ ทุกวันนี้ เราก็ฟันธงไม่ได้ว่าเพลงไหนจะดัง แต่เรามานั่งคุยกัน มันจะลับสมองเอง”

คุณรุ่งโรจน์ อุปถัมภ์โพธิวัฒน์
ผู้นำชุมชนคนรักดนตรี
แห่งค่ายสมอลูม

กระบวนการนี้เป็นปัจจัยความสำเร็จของสมอลูม การร่วมกันระดมสมองอย่างเปิดใจ รับฟังความเห็น เคารพให้เกียรติซึ่งกันและกันเป็นการสร้างชุมชนนักปฏิบัติให้เกิดขึ้นที่ละเล็กละน้อยจนกระทั่งกลายเป็นชุมชนที่แข็งแกร่งของคนรักเพลง คนทำเพลง ที่มาร่วมตัวกันเป็นค่ายเพลงที่อยู่ได้ด้วยแนวทางเดียวกัน พวกเขา กำลังเติบโตไปพร้อมกัน ตั้งแนวคิดของคุณรุ่งที่อยากทำให้ทุกคนในสมอลูมอยู่ด้วยกันไปจนแก่

“การที่เอ็งคุยกันในองค์กร ช่วยเหลือก็เอ็งคุยกัน มีความเป็นกันเอง เราอยากพูดอะไรเราก็ตูได้ เราอยากทำอะไรเราก็เสนอ ทุกคนกล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น ทุกฝ่ายยอมรับ ผู้บริหารให้ออกาสในการแสดงความคิดเห็นเหมือนทุกอย่างแฮร์กัน เราเติมที่ เราไม่เก็บกอด มีอะไรก็พูด ก็บอก อันนี้เป็นจุดเริ่มต้นในการทำให้องค์กรมีความสุข ไม่ค่อยมีปัญหาหนักๆเลย มีอะไรก็ปรึกษากันตลอด”

คุณละ พิศยา ศรีทอง
PR แห่งค่ายสมอลูม

จากใจแฟนคลับสู่ค่ายเพลง

ด้วยภาพลักษณ์ความเป็นค่ายเพลงง่ายๆ สบายๆ ถือเป็นมนต์เสน่ห์ของสมอลูม ด้วยความมีเอกลักษณ์ที่เนื้อร้องและการเรียบเรียงดนตรีที่ต่างจากตลาดเพลงทั่วไป ทำให้สมอลูมมีความโดดเด่น ไม่เหมือนใคร มีความเป็นตัวของตัวเอง และทำให้มีคนมากมายต้องการที่อยากร่วมงานกับสมอลูมแห่งนี้ จากแฟนเพจของสมอลูมที่เคยตั้งคำถามถึง

“ ผันส่วนตัว ”

ของบรรดาเหล่าแฟนคลับทั้งหลายพบว่าหลายคนมีความฝันอย่างเดียวกัน คือ ต้องการร่วมงานกับสมอลูม

“

Phethai Mostmuscular

อยากเป็นศิลปิน อยู่ค่ายสมอลูม
แค่นั้นอนตายตาหลับ
หรือไม่ก็คนยกของในค่ายก็ยิ่งดี

27 March at 13:55

”

“

Dodid'o Udom

อยากทำงานในสมอลูมครับ ^^

27 March at 13:53

”

นอกจากนี้ไม่ว่าศิลปินในค่ายเดินทางไปเล่นคอนเสิร์ตเนื่องในโอกาสใดก็ตาม ก็มักได้รับการชื่นชมและการตอบรับที่อบอุ่นจากแฟนคลับที่ติดตามผลงานของศิลปินในค่ายอยู่เสมอ



“

Hippie Sugar

คอนเสิร์ตสนุกสุดๆไปเลยคะ ศิลปินสมอลรวม
น่ารักและตลกเป็นเอกลักษณ์มากกก
ขอยืนยันว่าจะติดตามผลงานต่อไป

15 July at 01:31

”



“

Meily P. Thawaisin

ชอบค่ายนี้มากคะ :)
มีแต่ศิลปินมีคุณภาพ

30 June at 13:48

Music Union

บริษัท สหภาพดนตรี จำกัด

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ประภัสร์ รัตตะจิตระการ, รศ.ดร.วิชัย อุตสาหจิต



ชื่อของ บริษัท สหภาพดนตรี จำกัด หรือ Music Union เกิดขึ้นจากแนวความคิดของคุณดี นิตินพงษ์ ห่อนาค โดยให้คำนิยามไว้ ดังนี้

“สห” + “ภาพ” + “แรงงานทางดนตรี” = “สหภาพดนตรี (Music Union)”

“สหภาพดนตรี” จึงแปลว่า ภาวะแห่งการรวมกันของผู้ใช้ แรงสมองและแรงงานทางดนตรี ซึ่งห้วงขบวนการแรงงานทางดนตรีกลุ่มนี้ ได้แก่ คุณดี นิตินพงษ์ ห่อนาค คุณป้อม อัสนี โชติกุล คุณโอม ชาตรี คงสุวรรณ และ จ๊อบ วุฒินันต์ ภิรมย์ภักดี โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัท บัญรอดบริวเวอรี่ จำกัด

LL

“สห” แปลว่า รวม
“ภาพ” แปลว่า ภาวะ
“แรงงานทางดนตรี”
แปลว่า
ผู้ใช้แรงสมองและ
แรงงานทางดนตรี

TL



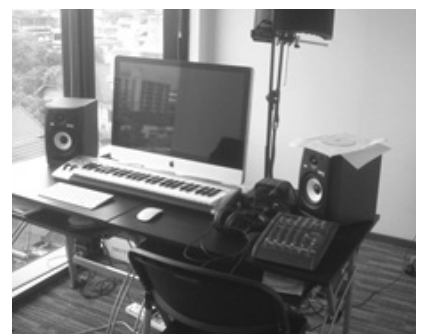


บริษัท สหภาพดนตรี จำกัด ก่อตั้ง เมื่อปี 2544 โดยมีหัวหน้างาน ทั้ง 4 และทีมงานรุ่นบุกเบิกอีก กว่าสิบชีวิตได้ร่วมกันเขียนโน้ต ตัวแรกของสหภาพดนตรีขึ้นมา จนกระทั่งปัจจุบัน ปี 2556 สหภาพดนตรี มีผู้ร่วมอุดมการณ์ ประมาณ 40 คน และวงดนตรี อีกนับสิบวง และกำลังก้าวต่อไป อย่างมั่นคง

ภาพบรรยากาศภายในองค์กร



ทุกมุมจะมีเครื่องดนตรี
วางประจำอยู่





ความตั้งใจของคนกลุ่มนี้

ในยุคที่อุตสาหกรรมดนตรีถูกระทบอย่างรุนแรงด้วยการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาโดยการใช้สังคมออนไลน์ในการสรรหาเพลงมาบริโภคริโดยไม่ได้สนับสนุนคนดนตรีให้สามารถมีอาชีพอยู่ได้ ประกอบกับแนวคิดการแสวงหากำไรสูงสุดแทรกซึมเข้ามาในอุตสาหกรรมดนตรีจนทำให้ธรรมชาติของการสร้างสรรค์งานดนตรีถูกบิดเบือนไป...ตั้งคำถามของผู้ที่อยู่ในโลกของดนตรีมายาวนานอย่างคุณกบ

“ดนตรีก็ยังเป็นภาษากลางที่จรรโลงโลก จรรโลงคนได้ แต่กับบริษัท หรือองค์กรที่เน้นอะไรที่มันเป็นตัวเงินมากจนเกินไป เป็น Business จนเกินไป เน้นเรื่องการค้าขายมากเกินไป มันก็ไม่มีความสุขหรอก คนที่อยู่จะหมดความสร้างสรรค์ ไม่มี inspire มันก็เหมือนสิ่งไม่มีชีวิตไปแล้ว”

คุณกบ วันจักร อำนวยรมณี (ซ้าย)
General Manager



มูมนั่งพักผ่อน และรับแขกผู้มาเยือน



ด้วยเหตุนี้ทำให้หัวหน้าบว
ทั้ง 4 เห็นพ้องต้องกันว่าควรจ
รวมตัวกันเพื่อปรับแนวคิ
ทำธุรกิจนี้ให้เป็นการแสวง
ผลกำไรที่ไม่สูงสุด แต่เป็น
แสวงหากำไรเพื่อนำมาห
เลี้ยงคนดนตรีด้วยกันให้อย
อย่างมีความสุข แสดงให้
จากเป้าหมายสูงสุดขององค
แห่งนี้

“
ความสบายตัว และ ความสบายใจ
ขาดอย่างใดอย่างหนึ่ง
ก็ถือว่าล้มเหลว
”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค 1 ใน
หัวหน้าบวของสหภาพดนตรี ได้
ขยายความเป้าหมายขององค์กร
ที่อยากให้แรงงานทางดนตรีทุก
คนมีความสุขใน 2 ด้าน ไว้ดังนี้

“
ความสบายตัว
”

หมายถึง การมีอาชีพที่ได้รับ
ค่าตอบแทนเพียงพอต่อการเลี้ยง
ดูตนเองและครอบครัว

“
ความสบายใจ
”

หมายถึง การได้ทำงานที่ไม่
เดือดร้อนความรู้สึกตนเอง และ
ไม่เดือดร้อนความรู้สึกผู้อื่น

ในการสร้างให้สหภาพดนตรี
เป็นสถานที่ซึ่งพนักงานอยากมา
ทำงานทุกวันไม่ใช่เรื่องที่เป็นไป
ไม่ได้แต่อันดับแรกผู้นำต้องทำความ
เข้าใจธรรมชาติของคนในองค์กร
ให้ลึกซึ้งว่าพวกเขาต้องการอะไร
อยากทำงานแบบไหน และอยาก
ได้ผู้นำที่แสดงบทบาทแบบใด ซึ่ง
ผู้นำองค์กรแห่งนี้ได้แสดงมุมมอง
ที่แสดงให้เห็นว่าเข้าใจธรรมชาติ
ของแรงงานในธุรกิจนี้ยิ่งลึกซึ้ง
เนื่องจากเคยมีประสบการณ์ใน
การเป็นแรงงานทางดนตรีตัวเล็กๆ
ที่สร้างสรรค์ผลงานมาอย่าง
มากมาย



Day 1

“
พื่อนั้นคนมากกว่างาน
พื่อนั้นงานที่ได้ผลเลิศ
แล้วคนทำงานจะต้องเหนื่อยหนัก
สาหัส สาครจร
พื่อนั้นงานที่พิเศษ
ระดับอนุสาวรีย์
แต่ว่าหน้าแพรกเหล็กกรวย
 ”

คุณดี นิตพงษ์ ห่อนาค
 ผู้บริหารสหภาพดนตรี

จากการที่แรงงานทางดนตรีได้รับการปฏิบัติจากผู้นำอย่างเข้าใจหัวอกเดียวกัน ส่งผลให้คนกลุ่มนี้ยังคงมีแรงบันดาลใจที่อยากจะสร้างสรรค์ผลงานต่อไป ไม่ใช่เพียงเพื่อความสบายตัวเท่านั้น แต่เป็นไปเพื่อความสบายใจอีกด้วย

อย่างไรก็ดี การมีเพียงหลักการหรือความตั้งใจที่จะสร้างองค์กรแห่งความสุขนั้นไม่เพียงพอที่จะทำให้เป็นองค์กรแห่งความสุขได้ เพื่อฉายภาพของการสร้างองค์กรแห่งความสุขในแบบสหภาพดนตรีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในส่วนถัดไปเป็นการถอดบทเรียนให้เห็นถึงวิธีการสร้างความสุขแบบสหภาพดนตรีที่สร้างความแตกต่างจากธรรมเนียมการปฏิบัติ หรือหลักการบริหารธุรกิจแบบดั้งเดิมได้อย่างไร

ในช่วงต้นของการก่อตั้งบริษัทสหภาพดนตรี (คุณดี นิตพงษ์ ห่อนาค ใช้คำว่า Day 1) ทั้งผู้บริหาร และแรงงานทางดนตรีของทั้งบริษัทในขณะนั้นมารวมตัวกันเพื่อร่างข้อตกลงอันเป็นรัฐธรรมนูญความสุขขององค์กรแห่งนี้ อันประกอบด้วย ข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับความสบายตัว และ **ความสบายใจ** ซึ่งเทียบเคียงได้กับเป็นใบเบิกในการสร้างความสุขให้คนในองค์กร

“
ตั้งแต่ day 1 ของบริษัท
คนที่เริ่มต้นด้วยกัน 10 กว่าคน
นี่เป็นอัศวินโต๊ะกลม ถามว่า
อยากได้อะไร เขียนบนกระดาน
อะไรที่ไม่ชอบ ของเดิมมีอะไร
เขียนบนกระดาน
กติกายากให้เป็นอย่างไร
เขียนเอาเอง เอาเลย
จัดการให้เต็มที่
เขาก็จะถกเถียงกัน คุยกัน
 ”

คุณดี นิตพงษ์ ห่อนาค
 ผู้บริหารสหภาพดนตรี

“
ทำงานกันด้วยความไม่เครียด
เราเคยอยากทำอะไร
ที่ตอนอยู่ที่อื่น เราไม่ได้ทำ
เราทำไม่ได้
เราก็คิดแล้วก็เอามาทำกันที่นี่
งานแบบไหนที่เราไม่เคยชอบที่จะทำ
แต่ต้องทำตอนที่เรายู่ที่อื่น
เราก็ไม่ทำงานแบบนั้นที่นี่
เราพยายามที่จะทำให้
ข้อจำกัดทางธุรกิจ
ไม่เป็นอุปสรรคในการ
สร้างงานของเรา
และในขณะเดียวกัน
เราก็มีความสุขและภาคภูมิใจ
กับงานของเรา
ผมไม่รู้ว่า บริษัทอื่นเป็นยังไง
แต่บริษัทที่ผมอยู่เป็นอย่างนี้
บริษัทอื่นเค้าอาจจะมองว่า
เป็นบริษัทประหลาด
ทำธุรกิจ และบริหารงาน
แบบประหลาดๆ
มีแต่คนประหลาดๆ
แล้วมันจะสำเร็จได้ยังไง
ผมบอกได้แค่ว่า
ความสำเร็จของเราคือ
ความสุขมากกว่าตัวเลข
เราทำบริษัทบันเทิง
เราก็ต้องมีความสุข
และสร้างความสุขไปให้กับผู้คน
แม้ว่าเราจะประหลาด
แต่เราก็มีความสุข
ที่ได้มาร่วมกัน
อยู่ด้วยกัน
และสร้างงานไปด้วยกัน
 ”

คุณกตัญญู กุ่มมีผล
 กล่าวถึงความสุขในแบบที่
 สบายตัว และสบายใจ
 จากคอลัมน์ในเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ
 ของบริษัท สหภาพดนตรี จำกัด



ข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง กับความสบายตัว

คนแบบสหภาพดนตรี

ข้อตกลงข้อแรกที่กำหนดขึ้นร่วมกันเพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างความสบายตัวให้กับองค์กรและพนักงาน คือการคัดเลือกคนที่เหมาะสมกับความตั้งใจขององค์กรเข้ามารวมกัน

“ที่นี่ศิลปิน คนทำงานเพลง ทุกคนต้องเป็นคนชอบฟังเพลง เป็นนักฟัง ถ้าไม่เป็นนักฟังเพลง ไม่ชอบฟังเพลง ไม่ให้เข้ามา”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

“ Music Lover ”

คือแรงงานทางดนตรีทุกคนที่นี้ทั้งสายงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับด้านการผลิตชิ้นงาน และพนักงานในสำนักงาน ต้องมีพื้นฐานเป็นคนชอบฟังเพลง และถ้าสามารถเล่นดนตรีได้บ้าง จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ เนื่องจากธุรกิจหลักเป็นการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้องกับดนตรี การได้คนที่มีพื้นฐานจิตใจรักดนตรี เล่นดนตรีมาอยู่รวมกันจะช่วยให้ได้คนที่มีทัศนคติ รสนิยมใกล้เคียงกัน สามารถวิพากษ์ วิจารณ์ และมีส่วนร่วม กับผลงานทางดนตรีได้ตลอดเวลาแม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในสายที่

เกี่ยวข้องกับดนตรีก็ตาม เมื่อผลงานดนตรีแต่ละชิ้นคลอดออกมาสู่สาธารณะ พนักงานทุกคนที่มีส่วนร่วมในการวิพากษ์ก็จะเกิดความภูมิใจในตนเอง และชิ้นงานเพลงนั้นๆ

“การทำงานอะไรก็ตามถ้าคุณสร้างผลผลิตออกมา แต่คุณไม่ได้รัก เหมือนคุณนั่งรถไปผ่านป่า ผ่านภูเขา แล้วคุณเห็นต้นไม้ แล้วคุณไม่ได้นับเป็นต้น คุณนับเป็นคิวบิก นั่นแหละคือ ที่มาที่ไปของการที่จะต้องมาสร้างบริษัทใหม่ที่มากกว่า ต้องเป็นคนที่ยังน้อย ชอบฟังเพลง ออบน้ำร้องเพลงไปด้วย”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

“ อารมณ์ขัน ”

ในการทำงานเพลงในยุคปัจจุบันให้โดนใจคนฟังนั้นต้องใช้การมีส่วนร่วมจากทีมงานในการวิพากษ์ วิจารณ์ชิ้นงานจนกว่าจะลงตัวมากที่สุด ทำให้ต้องมีการปะทะกันทางความคิดอยู่เสมอ หากเป็นคนที่มีอารมณ์หงุดหงิดหรือขุ่นมัวได้ง่ายก็ไม่เหมาะที่จะทำงานอยู่ในธุรกิจที่ต้องมีทั้งการแสดงความคิดเห็น และรับฟังความคิดเห็นเพื่อสร้างสรรค์ผลงานให้ดีที่สุด ดังนั้นสหภาพดนตรี

จึงนิยมชมชอบแรงงานทางดนตรีที่มีอารมณ์ขัน แต่จริงจังกับงาน กล่าววิพากษ์ วิจารณ์บนพื้นฐานที่มุ่งผลของชิ้นงานเป็นหลัก โดยมีสมมติฐานที่ว่าถ้าเป็นคนที่มีอารมณ์ขันจะสามารถวิพากษ์วิจารณ์ได้อย่างเข้าใจในธรรมชาติของงาน ไม่ทำให้ผู้รับคำวิจารณ์เกิดความทุกข์ เกิดเป็นความขัดแย้งที่สร้างสรรค์ ในทางกลับกัน การเป็นผู้รับคำวิจารณ์ หากเป็นคนที่มีอารมณ์ขันก็จะไม่ทำให้เป็นทุกข์ แต่กลับมีกำลังใจที่จะพัฒนาชิ้นงานให้ออกมาลงตัวที่สุด

“ การฟัง ”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่สำคัญของแรงงานทางดนตรีที่นี้ คือ “ไม่ว่าคุณจะทำตำแหน่งไหน คุณต้องฟัง” ที่สหภาพดนตรีทุกคนต้องมีความสามารถหลักในเรื่องการฟังให้จบอย่างตั้งใจ ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใด โดยเฉพาะในระดับที่เป็นหัวหน้างาน ต้องให้โอกาสผู้ที่อยู่ในทีมงานได้มีการแสดงความคิดเห็นทั้งดีและชม เห็นด้วยเห็นต่าง ซึ่งผลของการยึดมั่นในแนวทางนี้ คือ จะไม่มีเหตุการณ์นิินทาว่าร้ายกันลับหลัง แต่จะพูดกันต่อหน้าได้เลย แม้ว่าจะเห็นต่างก็ตาม เพราะพื้นฐานของคนที่นี่มีอารมณ์ขันอยู่แล้ว หรือในทางวิชาการอาจเรียกว่าคนที่นี่มีความฉลาดทางอารมณ์หรือ EQ อยู่ในระดับสูง



คนที่สหภาพดนตรี เรียกว่า
เอเลียน

นอกจากการมีข้อตกลงกันแล้วว่าอยากได้คนประเภทไหนมาร่วมงาน ที่นี้ยังมีข้อตกลงในเรื่องของคนที่ไม่อยากได้มาร่วมงานอีกด้วย นั่นคือ คนแบบที่เป็น “เอเลียน”

“เอเลียน” คือ ผู้ที่มีทัศนคติอันไม่ดีงามต่อผู้อื่น เห็นแก่ตัว เกเร ดูไม่สุจริต หรือเข้ากับคนอื่นไม่ได้

กลไกในการตรวจจับเอเลียน

คุณสมบัติของเอเลียนที่สังเกตได้ง่าย คือ ทัศนคติอันไม่ดีงามต่อผู้อื่น และความไม่สุจริต แต่คุณสมบัติที่สังเกตได้ยากคือ ความเข้ากันไม่ได้กับคนในองค์กร แต่พบว่าที่นี้ก็มีกลไกประหลาดเพื่อไว้ตรวจตราว่าคนใดที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นเอเลียน โดยใช้การพิจารณาจากอารมณ์ขัน หากเป็นคนที่มึนสนิยมทางด้านนี้ คล้ายกัน เข้ากันได้ดี ก็จะทำเรื่องเดียวกัน

“ซ้ำเรื่องเดียวกัน” ... คือ กลไกในการดูการทำงานว่าคนที่เราพิจารณานั้นสามารถทำงานกันได้อย่างราบรื่นหรือไม่ เพราะหากพูดจาภาษาเดียวกันแล้วยังหัวเราะได้ มีอารมณ์ขันร่วมกัน ถือว่าสอบผ่าน แต่หากสังเกตได้ว่าเริ่มขาดอารมณ์ขันร่วมกันแล้ว ก็ต้องระวังเพราะอาจเป็นสัญญาณของความไม่ราบรื่นในการทำงาน และหากประกอบกับคุณสมบัติในด้านทัศนคติแง่ลบกับความไม่สุจริต องค์กรก็จะตรวจจับเอเลียนได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

Job Description และค่า
ตอบแทน

เริ่มต้นจากการให้พนักงานทุกคน ณ ตอนนั้น ได้ศึกษางบดุล (Balance Sheet) ของบริษัท และให้เขียน Job Description ของแต่ละคนด้วยตนเอง พร้อมกับกำหนดค่าตอบแทนที่คิดว่าเหมาะสม ทั้งในรูปของเงินเดือนประจำ และค่าจ้างรายชิ้นงาน โดยมีรายละเอียดแตกต่างกัน ดังนี้

เงินเดือน: เป็นข้อมูลรายบุคคล จะใช้วิธีให้พนักงานส่ง SMS แจ้งมาทางผู้บริหารว่าต้องการมากน้อยเพียงใด เงินเดือนที่เดิมได้เท่าไร ส่วนใหญ่จะให้เท่ากับ หรือมากกว่าที่ทำงานเดิมเล็กน้อย

ค่าจ้างรายชิ้นงาน: ให้แต่ละตำแหน่งที่ต้องทำชิ้นงาน ไปหาข้อมูลอัตราค่าตอบแทนของค่าจ้างรายชิ้นงานจากค่ายเพลงที่อื่นมาใช้อ้างอิง โดยส่วนใหญ่จะกำหนดให้เท่ากับมาตรฐานในอุตสาหกรรม

พบกันครึ่งทาง

เมื่อได้ตัวเลขค่าตอบแทนที่คาดหวังจากพนักงาน ทั้งเงินเดือนและค่าจ้างรายชิ้นงานมาแล้ว ผู้บริหารจะนำมาคำนวณเปรียบเทียบกับคาดการณ์รายได้ของบริษัท เพื่อถกเถียงกันว่าจะพบกันครึ่งทางได้อย่างไรบ้าง จะกำหนดค่าตอบแทนที่สบายตัวทั้งพนักงานและบริษัท

“บริษัทจะปรับไปเอง เจ้าตัวเองก็จะมองหน้ากันได้ทุกคนเลย มันจะไม่มีความรู้สึกที่แบบทำไป ไม่ได้ ไม่มีเลย มันเป็นของบริษัทใจเขาก็บอกเอง ช่างนอกจ่ายเท่านั้นจะรู้ได้เองว่าถ้าได้เยอะเกินไป บริษัทได้รายได้ประมาณนี้ จะขาดทุน (ผู้บริหาร) ก็จะถามว่าเราจะอยู่กับได้มั๊ย เขาก็บอกว่า ก็เอาค่าที่เขายูได้ (สบายตัว) บริษัทอยู่ได้ (สบายตัว) สรุปว่า เราให้ขาดทุนน้อยที่สุด เพื่อให้มันอยู่ได้ เติบโตได้ ให้หารู้หมดทุกเรื่อง”

คุณดี นิตพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี



ร่วมกัน รับรู้ สถานการณ์ ทางการเงิน

ในแต่ละปีพนักงานจะได้เห็นตัวเลขผลประกอบการ เพื่อให้ร่วมกันหาทางแก้ไขหากประสบภาวะขาดทุน และรับรู้ความสำเร็จร่วมกันหากได้กำไร ผลดีของการให้พนักงานได้รับทราบตัวเลขผลประกอบการ คือ ในกรณีที่พนักงานไม่ได้ค่าตอบแทน หรือโบนัสอย่างที่คาดหวัง เนื่องจากบริษัทประสบภาวะขาดทุน พนักงานจะไม่มีอารมณ์ว่าเหตุใดจึงไม่ได้โบนัส หรือขึ้นเงินเดือน แต่จะพยายามคิดต่อไปว่าจะทำอะไรให้องค์กรกลับมาได้กำไร ส่วนในกรณีที่พนักงานได้รับการเพิ่มเงินเดือน หรือได้โบนัส ก็จะเป็นความภูมิใจที่ได้ช่วยกันทำให้บริษัทได้กำไร

ข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง กับความสบายใจ

ความคาดหวังจากองค์กร



“**ถ้าเท่าที่เรพอใจ และภูมิใจว่าเรา
ทำงานนี้ออกมา**”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

ความคาดหวังขององค์กรที่มีต่อพนักงานนั้น คือ การคาดหวังจะให้พนักงานมีความสบายใจก่อน และทำผลงานที่ดีให้กับองค์กร การจะวัดว่าผลงานออกมาระดับใดคงทำได้ยากเพราะมีปัจจัยประกอบ

หลายด้าน ดังนั้นองค์กรจึงขาดหวังเพียงให้ขึ้นงานแต่ละชิ้นไม่ขาดทุนก็เพียงพอแล้ว และความคาดหวังอีกประการ คือ องค์กรคาดหวังให้พนักงานได้ผลิตชิ้นงานออกมาด้วยความภูมิใจ

ในกรณีที่พนักงานไม่ได้ส่งงานตามกำหนด หัวหน้างานจะให้อธิบายเหตุผลที่แท้จริงที่ทำให้ไม่สามารถส่งงานตามกำหนด และใช้วิธีเตือนสติให้เห็นคุณค่าของโอกาสที่ได้รับมอบหมายให้ทำชิ้นงานนั้น และหากพลาดบ่อยๆ ความนับถือตนเองก็จะลดลง จนกระทั่งไม่มีใครนับถือพนักงานที่ทำผิดพลาดครั้งแรกก็จะตระหนักถึงผลกระทบในระยะยาวและจะพยายามแก้ไขปรับปรุงตนเองให้ทำงานส่งได้ทันเวลา

ชีวิตการทำงานในองค์กร

การประชุม

ปรัชญาการประชุมงานที่สหภาพดนตรี คือ ประธานการประชุมต้องพูดน้อยที่สุด



“**ประธานต้องไม่ได้มานั่งพูดคนเดียว นั่นคือ การสั่งการ แต่ที่ประชุมต้องเป็นที่ลูกน้องได้คุยกัน และประธานจะพูดน้อยที่สุด**”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

สหภาพดนตรีเป็นองค์กรที่เน้นการประชุม จัดการประชุมสัปดาห์ละ 2 ครั้ง โดยเป็นการรวมตัวกันของพนักงานทั้งสายสำนักงาน (General) และสายผลิตชิ้นงาน (Specialist) ซึ่งลักษณะของงานมีความแตกต่างกันมาก หรือเรียกได้ว่าเป็น **คนทำงาน 2 เผ่า** ซึ่งการประชุมนั้นเป็นเหมือนเวทีให้คน 2 เผ่าได้นำวาระต่างๆ มาแลกเปลี่ยน ปะทะกันทางความคิดด้วยอารมณ์ขัน จนกว่าจะได้ข้อสรุปในเรื่องต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาผลงานขององค์กรให้ดีที่สุด โดยการประชุมทุกครั้งต้องมีการบันทึกการประชุมเพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลในการใช้อ้างอิงในภายหลังได้

คุณมีไอเดีย คุณทำ (คุณได้ Credit)

จุดเด่นที่สร้างความแตกต่างให้กับการประชุมในแบบสหภาพดนตรี ต้องหัดแสดงความคิดเห็น วิพากษ์ วิจาร์ณ และหากความคิดเห็นของใครสามารถนำมาต่อยอดเพื่อพัฒนางานให้ดีขึ้น ผู้ออกความเห็นก็ต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการนำไอเดีย หรือความคิดเห็นนั้นไปสู่การปฏิบัติ ถ้าคนที่ริเริ่มซึ่งความมื่ออารมณ์ขัน และมีแนวโน้มว่าจะเป็นเอเลียนของที่นี่จะมองว่าเป็นภาระงานที่เพิ่มขึ้น แต่หากเป็นคนที่เหมาะสมกับสหภาพดนตรีแล้ว พวกเขาจะรู้สึกว่าได้รับ credit และมีความมุ่งมั่นที่อยากจะทำต่อไอเดียของตนให้เห็นเป็นรูปธรรม



“ เราจะมีวันประชุม จันท์ และพฤหัส ที่ทุกคนจะเข้ามา
เหมือนอยู่ในตลาด เสียงอ้ออ้งมาก
คุยกันแทบไม่รู้เรื่อง ชอบตะโกนคุยกัน ว่างๆ ก็หยิบกีตาร์ เบสมานั่งเล่นกัน
วันนั้น คือ คนอื่นประชุมกันอยู่ เรามี 3 คน
ก็ดีดกีตาร์ไปเป็นการแวะมาเล่นเปิบนึ่ง
แล้วกลับไปทำงานต่อ บางทีการแวมกันเล่นๆ
คนที่เปิบนึ่งเพลงก็จะนึกอะไรออกได้เหมือนกัน เขาก็จดไว้ ”

คุณศุภจิต พันกมลศิลป์ Digital Marketing Manager



ตัวช่วยในการใช้ชีวิตในองค์กร
อย่างมีความสุข

ฝีกการขัดคอ – การฝีกความ
กล้าแสดงความคิดเห็นต่าง

ด้วยธรรมชาติของธุรกิจที่
เน้นความคิดสร้างสรรค์ แล้วการ
แสดงความคิดเห็นอย่างตรงไป
ตรงมาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ
อย่างยิ่ง แต่ถึงกระนั้นคนที่เริ่ม
เข้ามาทำงานกับสหภาพดนตรี
อาจจะยังไม่คุ้นชินกับธรรมเนียม
แบบนี้ ผู้ที่เป็นหัวหน้างานจะ
เป็นคนที่คอยกระตุ้นให้พนักงาน
ได้ลองแสดงความคิดเห็นต่าง
ออกมา เรียกว่า ฝีกการขัดคอ
ยกตัวเช่น ทำผู้ที่เป็นหัวหน้างาน
แกล้งแสดงความคิดเห็น หรือ
คำสั่งที่ไม่สมเหตุสมผล หรือ ไม่
เหมาะสมกับบริบทที่ควรจะเป็น
เพื่อเป็นเหมือนการลองใจ หรือ
ทดสอบพนักงานใหม่ว่าจะกล้า
แสดงความคิดเห็นต่างกับหัวหน้างาน
หรือไม่ เมื่อใดที่กล้าแสดงความคิดเห็น
และพบว่าหัวหน้างาน
ทำผิดพลาดจริงๆ แม้ว่าจะเปิบ
ความตั้งใจของหัวหน้าที่สร้าง
สถานการณ์ขึ้นเพื่อฝีกลูกน้อง
ของตน ก็จะช่วยให้พนักงานคนนั้น
มั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็น
มากยิ่งขึ้น ในองค์กรแห่งนี้ จะ
เรียกว่า “กล้าขัดคอ” มากขึ้น ซึ่ง
เป็นผลดีให้กับหัวหน้างานที่จะมี
ลูกน้องที่กล้าแสดงความคิดเห็น
และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของงาน
ร่วมกันมาช่วยสนับสนุนให้การ
ทำงานราบรื่นยิ่งขึ้น



“เมื่อถึงจุดหนึ่งที่เราผิดหวังจริงๆ เราอาจจะพลาด หรือมองไม่เห็น คำก็กล่าชัดคอบ มันได้ประโยชน์เพราะเราสบายตัว เราทำผิดได้ เพราะฉะนั้นตรงนี้เราไม่ต้องแบกคนเดียว เหนื่อยคนเดียว”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

กรณีศึกษาของการฝึกขัดคอกด้วยอารมณ์ขัน คือ วันหนึ่งในที่ประชุม ผู้บริหารจะใส่เสื้อสกรีนรูปนิ้วชี้ไปทางหนึ่ง และมีข้อความว่า “โอ้เนี่ยมันโง่” เพื่อกระตุ้นให้พนักงานกล้าแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม เมื่อถึงเวลาประชุมในห้องประชุม พนักงานก็จะพากันไปนั่งฟังตรงข้ามกับทิศทางที่นิ้วชี้ไปเป็นสถานการณ์ที่สร้างขึ้นด้วยอารมณ์ขัน เพื่อฝึกแรงงานทางดนตรีให้มีคุณภาพ

“เราเล่นกัน ปกติมันไม่ใช่ผู้ใหญ่อะ แต่จะเป็นผู้ใหญ่ในเวลาที่เราต้องการ แต่ไม่ต้องทำท่าเคร่งเครียดขนาดนั้น ไม่ต้องทำท่าบิ๊ซขนาดนั้น เรื่องแค่นี้เราก็ต้องไม่เป็นแบบนั้น เราก็ต้องมีความสุข หัวเราะ ชอบหัวเราะ บริษัทนี้เสียงหัวเราะเกิดขึ้นบ่อยมาก จนไอ้ประตูห้องของผมที่เปิดไว้เนี่ยมันปิด รำคาญ หรือไม่ก็ทำงานอยู่มันก็หัวเราะอะไรกันก็ไม่รู้ผมก็เปิดประตูไปดู เอ๊ยเสียงดังอะไรกันวะ คนจะหลับจะนอนอะไรแบบนี้ มันก็เลยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนทำงานอยากมาทำงานอย่างมีความสุข”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

ฝึกการจิกกัด – การเปิดพื้นที่ในการยอมรับกันและกันมากขึ้น แรงงานในสหภาพดนตรี ถูกฝึกให้ กล้าที่จะเสียดสีกันอย่างมีอารมณ์ขันร่วมกัน ผลคืออย่างหนึ่ง คือ เป็นการฝึกใช้ภาษาเพื่อสื่ออารมณ์เพื่อใช้ต่อยอดในการทำงานต่อไปการฝึกการจิกกัดเหมาะสมหรับการทำต่อหน้าพร้อมกับการแสดงอวจนะภาษาที่สื่อถึงความมีอารมณ์ขันสอดแทรกเข้าไป ซึ่งไม่เหมาะสำหรับในโลกออนไลน์ เพราะผู้อ่านไม่ได้รับรู้ถึงอวจนะภาษา และน้ำเสียงของผู้พูด อาจเป็นอันตรายต่อความสัมพันธ์ได้

“ในขณะที่คุณอยู่ในบริษัทที่ต้องใช้ภาษา การพูด การสื่อสาร ไม่ใช่สื่อสารเอาความอย่างเดียว สื่อสารเอาอารมณ์ด้วย ถ้าคุณอยู่ในนั้นแล้วทำไม่เป็น คุณก็จะไม่แข็งแรงพอที่จะทำอะไรอีกมากมาย”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

เวลาพัก หรือ เวลาเลิกงาน

“สภาพภายในบริษัท ก็ไม่ค่อยเหมือนบริษัททั่วไปนัก เป็นค่ายเพลงที่มีเสียงหัวเราะดังลั่นอยู่เนืองๆ โຕะทำงานมีความสำคัญพอๆ กับ มีโซฟาเอาไว้นั่งเล่น มีเครื่องเสียงดีๆ สำหรับฟังเพลง เราเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่บริษัท เป็นที่สนทนากัน มีก็ดาร์เอยะมาก วันไหนครึมออกครึมใจ เราก็จะเล่นดนตรีด้วยกัน เป็นหมู่คณะ ทุกคนในบริษัทแจมด้วยได้เน้นสนุกสนานเอามันเกินกว่า”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี

ในวันที่สบายตัว และสบายใจ

“ผมเชื่อว่าถ้าทุกคนทำงานด้วยความสุข ความสนุก และคิดว่าเป็นงานเขาด้วย ไม่ใช่แค่งานบริษัท เขาจะทำได้ดีกว่า”

คุณดี นิติพงษ์ ห่อนาค
ผู้บริหารสหภาพดนตรี





ตั้งอยู่บนความไม่โลภ แม้จะมองเห็นโอกาสสร้างกำไรมากมาย เพราะเมื่อใดที่ความโลภเข้ามาครอบงำคนในองค์กร ไม่ว่าจะผู้บริหาร หรือพนักงาน จะทำให้องค์กรเปลี่ยนแปลงไป ความโลภจะทำให้องค์กรเน้นการขยายธุรกิจไปโดย ไม่มีทิศทางที่ชัดเจน มุ่งแสวงหาทุกช่องทางที่ทำกำไรเท่านั้น ซึ่งจะส่งผลต่อความสุขของคนในองค์กรอย่างแน่นอน ผลที่ตามมา คือ อารมณ์ขันจะน้อยลง และจะกลายเป็นองค์กรที่มีแต่ความสบายตัว แต่ขาดความสบายใจในที่สุด

ผู้บริหารขององค์กรแห่งนี้

ประกาศอย่างชัดเจนว่าบริษัทสหภาพดนตรี จะตั้งใจทำผลงานที่ไม่ทำร้ายสังคม และยึดหลักความสุขของพนักงานมาก่อน โดยมีความเชื่อว่าเมื่อคนมีความสุข งานจะดีเอง องค์กรจะดำเนินงานต่อไปโดยทำให้พนักงานรู้สึกว่าการกำลังทำงานให้ตัวเอง บริษัทนี้เป็นของพนักงานทุกคน และจะขยายไปในธุรกิจที่ยังคงรักษาสິงเหล่านี้ไว้ได้ หากธุรกิจใดที่คิดจะขยายไปแล้วกระทบกับความสุขของพนักงาน ทั้งความสบายตัว และความสบายใจ บริษัทนี้จะไม่เลือกเดินทางเข้าไปสู่เส้นทางนั้นเด็ดขาด

แบ่งปันความสุขและความทุกข์

เหตุการณ์แห่งความสุขเกิดขึ้นมากมายภายในองค์กรแห่งนี้ แต่คงเป็นไปได้ที่จะมีองค์กรแห่งใดมีความสุขทุกวัน แต่มีอยู่เหตุการณ์หนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรแห่งความสุขที่แท้จริงนั้นต้องสามารถแบ่งปันความสุข ความทุกข์กันได้ ช่วงต้นปี 2556 พนักงานระดับแอดมินคนหนึ่งทำเงินของบริษัทหายไปจำนวน 30,000 บาท ซึ่งพนักงานท่านนี้มีเงินเดือนเพียงหมื่นกว่าบาท แน่นอนการจะหาเงินมาใช้หนี้ถึง 30,000 บาทนั้น คงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก นอกจากจะไปก่อหนี้ยืมสินมา แต่แล้วพนักงานของบริษัทนี้ก็ได้ออกมาให้เห็นถึงน้ำใจที่มีต่อเพื่อนร่วมงานด้วยการลงขันกันเพื่อระดมเงินมาช่วยพนักงานรายนี้จนได้ครบ 30,000 บาท โดยผู้บริหารก็ลงขันเป็นจำนวนเงินมากหน่อยตามสมควร แก่เงินเดือนที่มากกว่าพนักงาน เหตุการณ์ครั้งนี้ทำให้พนักงานรายนี้ตื่นตัว และเชื่อว่าพนักงานรายนี้ต้องรักองค์กรแห่งนี้มากขึ้น และที่สำคัญพนักงานในองค์กรแห่งนี้คงมีความสุขที่ได้อยู่ในบริษัทที่รักกันมากขนาดนี้ อย่างไรก็ตาม ความโชคดียังได้บังเกิดขึ้นในภายหลังพนักงานรายนี้ได้ค้นพบจนเจอว่าเงินหายไปเพียง 3,000 บาท ถึงกระนั้นเหตุการณ์นี้ก็ทำให้พวกเขาได้แสดงให้กันและกันเห็นแล้วว่าความสุขในองค์กรที่ร่วมกันสร้างในทุกวัน จะเป็นภูมิคุ้มกันช่วยให้ผ่านพ้นช่วงเวลาแห่งความทุกข์ไปได้

ความสบายตัว (เพียงพอ)

ความสบายใจ (พอเพียง)



องค์กรก้าวไปข้างหน้า

ด้วยพนักงานที่
รักงาน และ รักองค์กร



BE Magazine

นิตยสารที่กำลังทำสิ่งคอมอยู่...

ศรยุทธ พจนปรีชากุล, วัชรุพ์ ศิริโกภาคิจ, ฝศ.ดส.สมมติ กุสุมาวลี



LL
พวกเราอยู่ที่นี้
โคตรมีความสุข
เลย
TT

วลีเปิดของเรื่องเล่าฉบับนี้เป็นคำกล่าวของบก.ที่มีนามว่า **ทีโตน (กิตติพจน์ อรรถวิเชียร)** ของน้องๆ ในออฟฟิศ ทีมวิจัยได้อ่านนิตยสาร BE Magazine มาระยะหนึ่งประมาณ 1 ปี ก่อนที่จะได้มีโอกาสไปเยี่ยมที่ทำงานของนักทำสังคมกลุ่มนี้ ผู้ที่กำลังอ่านเรื่องเล่าชิ้นนี้อาจจะสงสัยว่าทำไมพวกเขาถึงบอกว่าตนเองกำลัง “ทำสังคม” และทำไมเราถึงเรียกพวกเขาว่า “นักทำสังคม” เหตุใด บก.โตน ถึงกล้าพูดวลีข้างต้น ลองเปิดใจฟังเรื่องของพวกเขา...แล้วมุมมองต่อสังคมของคุณจะเปลี่ยนไป

SE Model IIUU BE Magazine

BE Magazine ตั้งต้นด้วยการขบคิดถึงปัญหาสังคม มองโจทย์ของปัญหาจนแตก เมื่อเข้าใจว่ารากเหง้าของปัญหาอยู่ตรงจุดไหน แล้วจึงนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาปรับใช้ในการแก้ปัญหาซึ่งผลลัพธ์ คือ ปัญหาสังคมดังกล่าวได้รับการแก้ไขในระดับหนึ่ง แต่ด้วยในสังคมไทย ณ เวลานั้น ประมาณปี 2552 ยังมีกลุ่มคนที่คิดและทำเรื่องแบบนี้ไม่มากนัก BE Magazine จึงได้รับการกล่าวขานมาถึงปัจจุบันจากองค์กรต่างๆ อาทิ สสส. สกส. รายการ SME ดีแตก





รวมถึงล่าสุด รายการข่าว 3 มิติ โดยองค์กรแห่งนี้ได้สร้างนวัตกรรมทางสังคม (ไทย) ขึ้นมา (Social Innovation) ซึ่งทาง บก.โทน กลับบอกว่าสิ่งที่ทีม BE Magazine กำลังทำอยู่นั้น ไม่ได้วิเศษอะไรขนาดนั้น



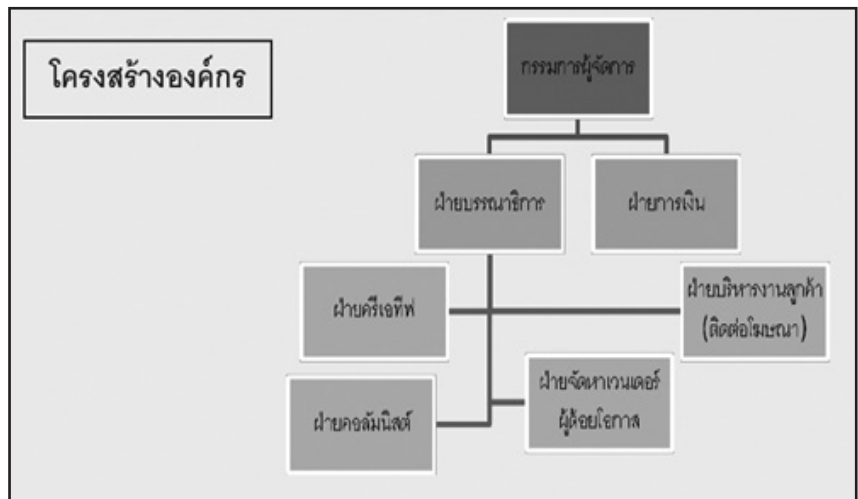
**ผมไม่ได้ทำอะไรที่มันแตกต่างมาก
เลยนะ มันกลายเป็นว่า พอทำดี มัน
กลายเป็นเรื่องแปลกใหม่ในสังคม
บ้าไปแล้ว... พอทำอะไรดีๆ มี
โทรศัพท์เข้ามามากมาย มีคนบอก
ว่า คุณต้องตายไปแล้ว...
คุณอยู่บนโลกนี้ไม่ได้หรอก มีคน
โทรมาชม มันเลยยิ่งจุดประกายเชื้อ
ไฟให้เรามีแรงสู้ต่อไป**



บก.โทน กิตติพงษ์ อรรถวิเชียร

ถึงอย่างไรก็ดี พวกเขา ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ให้สังคมเป็นที่ประจักษ์แล้ว...

BE Magazine ตั้งใจทำนิตยสารสำหรับคนเมืองที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ในชีวิตจริง โดยเสนอตัวเป็นทางเลือกให้ผู้ด้อยโอกาสในสังคมได้มีงานทำ หาเลี้ยงตนเองได้ ทั้งคนพิการ เด็กกำพร้า เด็กยากจน คนตกงาน ผู้สูงอายุ รวมไปถึงเป็นสะพานเชื่อมระหว่างคนที่กำลังทำดีอยู่ (มูลนิธิ เครือข่ายต่างๆ) กับคนที่อยากทำดี อยากให้อย่างถูกต้อง อยากมอบความ



ที่มา: รายงานผลกระทบทางสังคม BE Magazine ปี 2552-2553, สถาบัน Change Fusion.

ช่วยเหลือแต่ขาดช่องทางที่จะเข้าถึงผู้ด้อยโอกาสจริงๆ

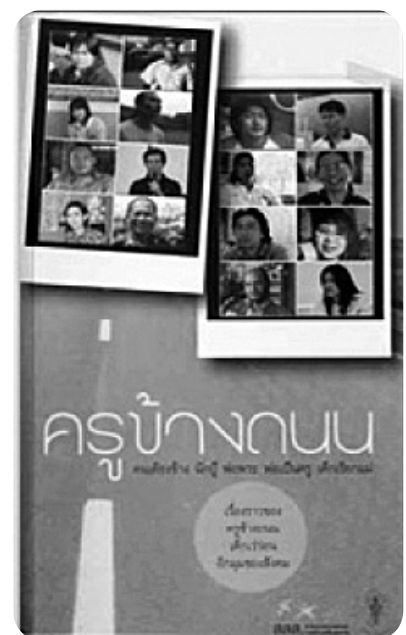
กิจการเพื่อสังคมแห่งนี้ ก่อตั้งในปี 2552 ภายใต้บริษัทที่ลงทุนเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมชื่อว่า บริษัท ซิล ซิล แคปปิตัล จำกัด ก่อตั้งโดย คุณตัน หรือ คุณอรรันต์ อาชาพิลาส มีพนักงาน 13 คน และผู้ที่จะก้าวมาในองค์กรนี้ในฐานะกองบ.ก. ใน 200 คน จะมีโอกาสเพียง 1 คน เท่านั้น (จากผู้สมัครกอง บ.ก. ครั้งล่าสุดมีจำนวนประมาณ 200 คน แต่รับได้เพียง 1 คนเท่านั้น)

เพื่อทำความรู้จักกับนิตยสารฉบับนี้ให้มากขึ้น มาดูกันว่า รูปแบบธุรกิจหรือ Business Model ของนิตยสารฉบับนี้เป็นอย่างไร แต่เนื่องจาก BE Magazine เป็นกิจการเพื่อสังคม จึงขอเรียกว่า Social Enterprise Model (SE Model)

หน่วยงานที่มีผู้ด้อยโอกาส

เริ่มจากการวิเคราะห์ถึงปัญหาผู้ด้อยโอกาสทางสังคมว่ามีกลุ่มใดบ้างที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านช่องทางของผู้ที่สัมผัสคนกลุ่มนี้อยู่ก่อน ดังนี้

- เครือข่ายครูข้างถนน: ครูผู้ซึ่งเข้าไปสัมผัสเด็กเร่ร่อน ไร้บ้าน และนำพาพวกเขาให้ก้าวข้ามผ่านชีวิตที่ล่องลอยไปได้ด้วยโอกาสดีๆที่มอบให้



(ศึกษาเรื่องราวของครูกลุ่มนี้ได้จาก <http://info.thaihealth.or.th/library/hot/13050>)

- นอกจากนั้นก็ยังมีหน่วยงานที่เป็นเครือข่ายที่คอยเป็นสะพานเชื่อมเพื่อเข้าถึงคนที่อยากได้รับโอกาสอย่างเช่น กรมราชทัณฑ์ สมาคมสงเคราะห์และสำนักงานกรุงเทพมหานคร

ช่องทางการจัดจำหน่าย และการแบ่งกำไร

- ตัวแทนขายที่ผันตัวเองจากผู้ด้อยโอกาสคิดเป็น ร้อยละ 60 ของยอดพิมพ์ โดยตัวแทนขายจะได้กำไรเล่มละ 20 บาท

- ระบบสมาชิกที่บุคคลทั่วไปเป็นสมาชิกด้วยตนเองหรือมอบให้กับองค์กรต่างๆ เป็นการทำบุญด้วยการให้ความรู้ ทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 25 ของยอดพิมพ์ โดยรายได้หลังหักต้นทุนมอบให้กับมูลนิธิที่ร่วมโครงการ

- ร้านขายหนังสือทั่วไปทั่วกรุงเทพฯ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารให้บุคคลทั่วไปได้เห็นได้ลองหยิบมาเปิดอ่าน คิดเป็นร้อยละ 15 ของยอดพิมพ์ โดยรายได้หลังหักต้นทุนนำมาหมุนเวียนในการดำเนินงาน

ในบทต่อไปขอนำผู้อ่านมาร่วมทำความรู้จักกับพวกเขาให้มากขึ้นทั้งในแง่ข้อคิดในการทำองค์กรเพื่อสังคมให้ยั่งยืนต่อเนื่องควบคู่กับการทำให้ทีมงานมีความสุขได้อย่างไร



คุณเอ็กซ์ อัดพล พูลเลิศ, Creative และนักพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคม ควบฝ่ายดูแลผู้ด้อยโอกาส กำลังอธิบายถึงวิธีการขายให้หน่อยๆ ที่กำลังฝึกเป็นพนักงานขายของ BE

ที่มา: Fan Page BE Magazine, 9 มิถุนายน 2554



ผู้ชายที่พลิกผันตัวเองจากโอกาสที่สังคมหยิบยื่นให้

ที่มา: Fan Page BE Magazine, 7 ตุลาคม 2553

“เราไม่ได้แค่ทำนิตยสาร
แต่เรากำลังทำสังคมไปด้วย”
Brand Mantra

ที่มา: ถ่ายจากมุมหนึ่งในกองบรรณาธิการ BE Magazine, 3 เม.ย. 2555



Brand Mantra

“ เราไม่ได้ทำแค่แค่นิตยสาร
แต่เรากำลังทำสังคมไปด้วย ”

กระดาษ A4 แนวนอน (สภาพเก่าๆ คาดว่าอาจจะติดมานานนับปี) แปะไว้หน้าห้องน้ำในบ้านหลังหนึ่งในซอยอินทามระ 35 ที่ถูกแต่งเป็นสำนักงานของบริษัท ซิล ซิล แคปปิตัล จำกัด (บริษัทนี้มีนวัตกรรมทางสังคมหลายอย่างที่ดำเนินการอยู่ อย่างเช่น application ที่ใช้กับโทรศัพท์มือถือและสังคมออนไลน์ facebook ที่สามารถสร้างความสุขในเวลาปกติ และทรงพลังในการช่วยเหลือคนในช่วงภัยพิบัติ Free Hap; 😊 Happier together ศึกษาเพิ่มเติมได้จาก <http://freehap.com>) ซึ่งเป็นผู้ออกทุนตั้งต้นในการทำนิตยสาร BE Magazine

ข้อความดังกล่าวสะดุดตาผู้ที่พบเห็นทุกครั้ง (โดยเฉพาะเวลาเข้าห้องน้ำ) ซึ่งแน่นอนพนักงานของ BE Magazine คงเห็นกันอยู่ทุกวัน แต่สำหรับแขกผู้มาเยือน คงสงสัยว่าหมายความว่าอย่างไร...

“ เราอยากเป็น SE ที่ชัดเจนจริง
ไม่ได้ทำเพื่อความหล่อ ความเก๋
หรือแค่เข้ามาประกอบธุรกิจนี้
แล้วหนีกลับบ้านไป ไม่เอา
ผมอยากให้ ถ้าพวกผมตาย
มันก็ยังอยู่ได้ ”

มันต้องอยู่ได้ด้วยระบบ
ไม่ได้อยู่ได้ด้วยใคร คนใดคนหนึ่ง
แต่เรากำลังสร้างรากฐานให้เขา ”

บก.โทน กิตติพจน์ อรรถวิเชียร

เมื่อนวก Brand Mantra กับประโยคดังกล่าวประกอบกับการศึกษา SE Model ของ BE Magazine ทำให้ทีมวิจัยได้ข้อสรุปว่า SE แห่งนี้ไม่ได้มุ่งมันเพื่อสร้างนวัตกรรมบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาสังคมเพียงชั่วคราวชั่วคราว แต่พวกเขากำลังคิดการณ์ใหญ่ในการทำสังคมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืนโดยใช้กลไกของ BE Magazine ที่ตั้งใจวางรากฐานไว้สำหรับคนรุ่นต่อไปที่ต้องมารับไม้ต่อบก.โทนกล่าวว่า หัวใจของ BE Magazine คือ

“ การทำงานร่วมกันอย่างไม่มี
แบบแผน เรียกว่ากลยุทธ์แบบกอง
โจร ยึดหยุ่นได้ตลอดเวลา ”

คงเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักในการทำให้องค์กรยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา ถึงแม้ทีมนักทำสังคมของ BE Magazine จะมี 13 คนก็ตาม อย่างไรก็ตามอะไรก็ตามก็ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรแห่งนี้ ทำงานร่วมกันและปรับตัวไปพร้อมกันได้ตลอดเวลาแฝงอยู่ในวลีของบก.โทนที่ว่า

“ ทุกคนต่างเป็นสิ่งแวดล้อม
ของกันและกัน ”

บก.โทน

ผู้นำขององค์กรแห่งนี้มีความเชื่อว่า **ทรัพยากรที่ดีที่สุด
ในองค์กร คือ มนุษย์** ไม่ใช่คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ต่างๆ เขาจึงอยากให้คนในองค์กรเกิดความสบายใจที่สุดด้วยการปลูกฝังให้ทุกคน **“เคารพกันในความ
เป็นที่เป็นน้อง”** หากมีใครที่อารมณ์เสียใส่กัน ไม่เคารพกัน ก็จะทำให้บรรยากาศในองค์กรแย่



ภาพบรรยากาศความสุขสิ่งแวดล้อมของกันและกันงานปีใหม่ 2010
ที่มา: Fan page BE Magazine, 8 มกราคม 2553

ลงไปด้วย ในการเคารพกันนั้น หมายถึงเคารพในความคิด ความเป็นตัวตนของกันและกัน

ด้วยหลักคิดการทำงาน การอยู่ร่วมกันในองค์กร และหลักการทำให้สังคมทำให้องค์กรแห่งนี้อยู่ได้มาจนถึงทุกวันนี้ และยังคงก้าวต่อไปในการทำสังคมอย่างไม่ย่อท้อ แต่เข้มแข็งขึ้นทุกวัน ในส่วนถัดไปเราจะนำผู้อ่านเข้าไปเรียนรู้ชีวิตในกองบก.ที่ไม่ค่อยได้เปิดเผยต่อสาธารณะมากนัก

BE Honor Team

การได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งนี้ เป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งใฝ่ฝัน หากแต่เขาเหล่านั้นยังไม่รู้ว่า งานของ BE หนักเพียงไร... ผู้ออกทุนในการก่อตั้ง BE ได้บอกกับพนักงานทุกคนอย่างน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ที่สมบูรณ์ในตัวเอง บอกถึงทิศทางการทำงานที่นี้

“คุณจะได้ใช้ talent ของคุณ เพื่อทำประโยชน์สังคม”

สอดคล้องกับคำกล่าวของ บก.โทน ที่สร้างความชัดเจนให้ผู้มาสัมภาษณ์งานได้รับรู้ว่างานของ BE เป็นอย่างไร

“ผมบอกน้องๆ ทุกคนที่นี้ว่า คนที่มาทำงานกับเรา มันไม่ใช่แค่มานั่งทำงานไปวันๆ แล้วก็เขียนหนังสือแล้วจบ คุณต้องลงพื้นที่ได้ หัวใจมันต้องมี ไม่ใช่แค่มาทำงานหาเงินเท่านั้น”

บก.โทน

ทีมวิจัยเกิดคำถามว่าคนแบบไหนที่เหมาะสมกับงานใน BE แล้วการคัดเลือกเข้าทำงานเป็นอย่างไร ก็ได้คำตอบดังนี้

- คนที่เหมาะสมกับ BE: คนที่มีความฝันเดียวกัน จิตใจที่อยากแก้

ปัญหาสังคม และที่สำคัญต้องมีแรงผลักดันที่อยากจะทำอย่างต่อเนื่อง

- การคัดเลือก: ดูว่ารักงาน นิตยสารจริง มีความเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถทำงานที่ยากลำบากได้ โดยการสังเกตพฤติกรรม และอาศัยประสบการณ์

สำหรับการทำนิตยสารนั้น งานหน้าที่เขียนคอลัมน์นั้นเป็นหลักใหญ่ซึ่งเป็นกองบก. ร้อยละ 70 แต่ด้วยวัตถุประสงค์หลักคือการหยิบยื่นโอกาสให้กับผู้ที่กำลังขาดสิ่งเหล่านั้นอยู่ BE จึงเลือกที่จะเปิดพื้นที่อีกร้อยละ 15 ไว้สำหรับให้นักเขียนหน้าใหม่ที่ขาดช่องทางในการปล่อยของโดยการส่งผลงานผ่านทาง E-mail ในคอลัมน์ The One และเติมเต็มเนื้อหาเพื่อสร้างมุมมองที่หลากหลายด้วยการเชิญนักเขียนผู้มีประสบการณ์มาร่วมงานโดยสลับเปลี่ยนหมุนเวียนมาอีก ร้อยละ 15



คุณตัน, อารันตร์ อาชาพิลาส



ภาพโต๊ะทำงานของบก.โทน ถ่ายเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2555 หลังจบการหารืออย่างเข้มข้น. โทน ถ่ายเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2555 หลังจบการหารืออย่างเข้มข้น



“เมื่อเราพูดถึงผู้ด้อยโอกาส เราจึงอยากสนับสนุนผู้ด้อยโอกาส ในการทำงาน เปิดโอกาสให้นักเขียนหน้าใหม่ด้วย

บก.โทน ”

การได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งนี้เป็นงานที่มีเกียรติในสังคม พวกเขากำลังทำสังคมให้ดีขึ้นและผู้นำขององค์กรก็แสดงออกถึงสิ่งสำคัญที่สุดที่ยึดเป็นหลักในการดูแลน้องในทีมงานไว้ว่า

“ ผมดูแลน้อง ผมใช้คำว่าน้อง ผมไม่ได้ใช้คำว่า คุณแลพนักงาน ผมให้เกียรติเขา ผมเคารพในความเป็นตัวตนของพวกเขา BE Magazine จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าไม่มีพนักงานตรงนี้...”

บก.โทน ”

BE Office Hours

หากกล่าวถึงเวลาทำงานปกติขององค์กรทั่วไปก็น่าจะทำกัน 8 ชั่วโมง/วัน โดยส่วนใหญ่ซึ่ง BE ก็มีเวลาการทำงานไม่ต่างกันนัก เพียงแต่สิ่งหนึ่งที่แตกต่างคือ เวลาการทำงานที่นี้ยืดหยุ่นได้ บก.โทน ใช้คำว่า “อะลุ่มอล่วย” คนทำงานของ BE ไม่ต้องตอกบัตรเข้า แต่ด้วยจำนวนพนักงานมีไม่มาก เวลาที่มาถึงออฟฟิศก็เป็นอันรู้กันว่าไม่ควรมาหลังจากบก.โทน แต่อย่างไรก็ตามหากมีเหตุให้ต้องมาสายบ้าง แต่สามารถทำงานบรรลุเป้าหมายก็ไม่ใช่เรื่องใหญ่ แต่สิ่งหนึ่งที่สังเกตเห็น คือ เวลาเข้างานปกติ 9.00 เลิก 17.30น.แต่พนักงานเฮฮากันไปสักพัก หลังเลิกงานก็มานั่งคุยเล่นกันดูไม่รีบร้อนกลับบ้านเท่าไร นั่นแสดงให้เห็นว่าคนของ BE รักที่ทำงาน ไม่ค่อย

อยากกลับบ้านเหมือนคนทำงานทั่วไป

“งานมันคือชีวิต ตลอดทั้งวันผมจะ ทำให้พวกเรามีความสุขที่สุด”

บก.โทน ”

การทำงานในแต่ละเล่ม

Theme ในการทำนิตยสาร BE Magazine แต่ละเดือน ธีมหลักของแต่ละเล่มจะมาจากบก.โทน และถ่ายทอด concept ไปยังทีมงาน หลังจากนั้น ทีมงานจะมีอิสระในการสร้างสรรค์ผลงาน บทความออกมาให้เป็นทิศทางเดียวกัน

“ผมสร้างหัวใจให้คุณ แต่ละคอลัมน์ควรมีอะไร คุณต้องไปคิดงานมาก่อน ร่างขึ้นมา แล้วมานำเสนอ”

บก.โทนกล่าวกับทีมงาน



BE Honor Team

(ภาพนี้เป็นทีมงาน BE Magazine ยกเว้นคนที่ 4 จากซ้าย เป็นหนึ่งในทีมวิจัยที่ได้รับเกียรติให้ถ่ายภาพกับ ทีมงาน BE)



บรรยากาศการทำงานในระหว่างวัน เป็นการหารือกันแบบสบายๆ ระหว่างกองบก.ที่มีนักศึกษาฝึกงานด้วย ถ่ายเมื่อ 3 เมษายน 2555

นอกจากนั้น บก. โทณ ก็มีเทคนิคในการพัฒนาทีมงานของ BE ด้วยการให้อ่านหนังสือ เพื่อหาความรู้มาใช้ระดมความคิดกันในช่วงการประชุม คาดหวังว่าทีมงานต้องสามารถแลกเปลี่ยนกันได้ เพราะ BE Magazine มีกระบวนการหารือกันค่อนข้างจริงจัง

Info Graphic

การติดผนัง Info Graphic ไว้ที่ผนังในออฟฟิศเป็นการแสดงให้เห็นให้ทีมทุกคนเห็นความคืบหน้าในการทำงาน และที่สำคัญคือให้เห็นทิศทางการออกแบบในแต่ละหน้าที่ชัดเจน โดยพวกเขาต้องการสร้างสรรค์งานที่ดึงดูดผู้อ่านให้เข้ามาร่วมกันสังคายนาปัญหาสังคมและช่วยกันแก้ไขไปพร้อมๆกัน

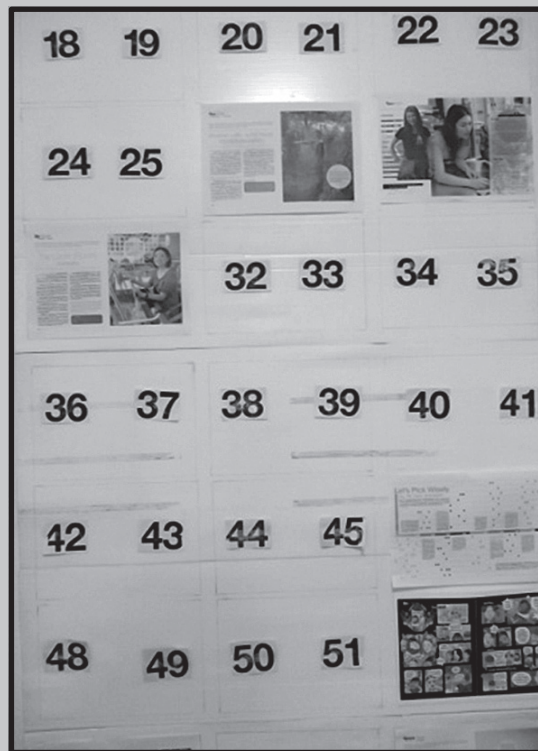
“

วิธีคิดของพวกเรา
คือ จะเอาสนใจผู้บริโภค
ด้วยงาน Design

ไม่ได้เป็นบทความจำ เครียดจัง

”

BE Magazine Process



BE Magazine ติดบอร์ด Info Graphic แสดงผังของนิตยสารทั้ง 84 หน้า ตั้งแต่ปกหน้าถึงปกหลัง ในภาพเป็น Info Graphic ของ BE ฉบับที่ 34



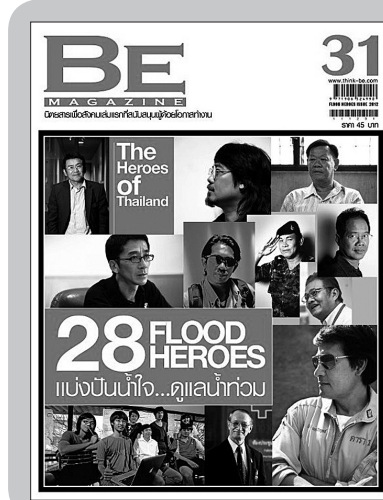
BE My Guest

แขกรับเชิญที่จะได้มาในเล่มประกอบด้วยผู้คนที่ เป็น ฟันเฟืองในการทำสังคม ฟันที่ นี้มีไว้เพื่อสะท้อนสิ่งที่พวกเขา กำลังทำอยู่สู่สาธารณชน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ BE Magazine ฉบับที่ 31 ที่รวบรวมคนไทยที่เป็นกลไกขับเคลื่อนสังคมให้ผ่านพ้นวิกฤตในช่วงมหาอุทกภัยปี 2554 ไปได้

อย่างไรก็ดี BE จำเป็นต้อง ดึงคนที่มีชื่อเสียงและมีคุณูปการ ในสังคมมาลงปกนิตยสารเพื่อ ดึงดูดให้ผู้อ่านสนใจ และแวะเข้ามาเปิดหนังสือดู ซึ่งเทคนิคในการเชิญคนที่มีชื่อเสียงนั้น BE ก็ทำได้เป็นอย่างดี

BE Field Job: “ภารกิจการหุบยีนโอกาส”

จากที่ได้เล่าไปบ้างแล้วใน ส่วนของ SE Model ที่พูดถึงการ ค้นหาผู้ด้อยโอกาสจากภาคีเครือ



“เราจะใช้คนธรรมดาที่ทำ ความดี และ Inspire คนอื่นได้ร่วม ถึงเราด้วย

รากเหง้าของเราคือการ สะท้อนคนที่เราอยากคุยด้วย”

บก.โทน



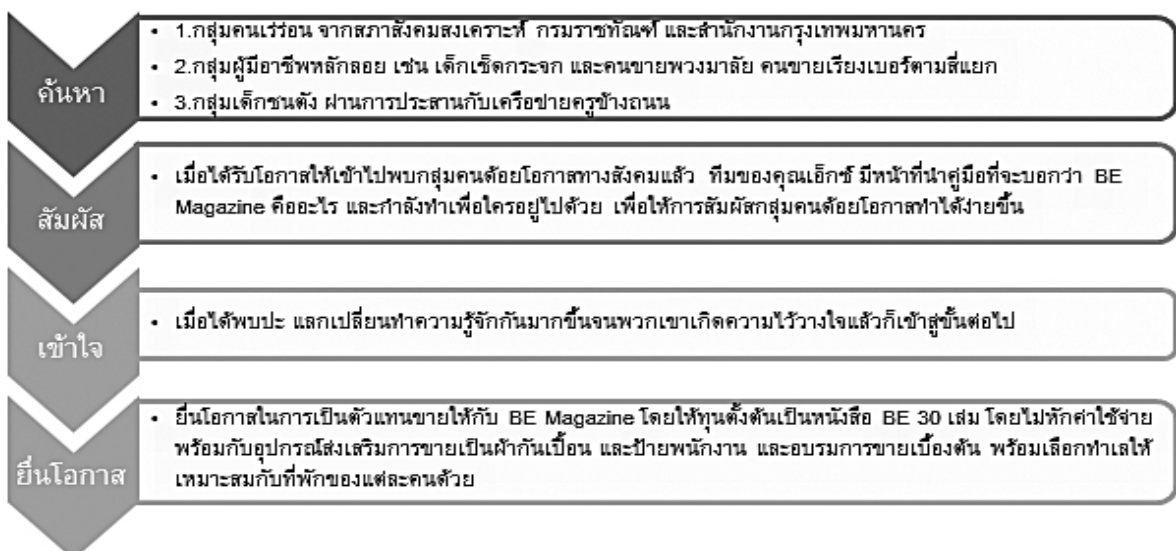
ตัวอย่างหน้าปกหนังสือ ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง

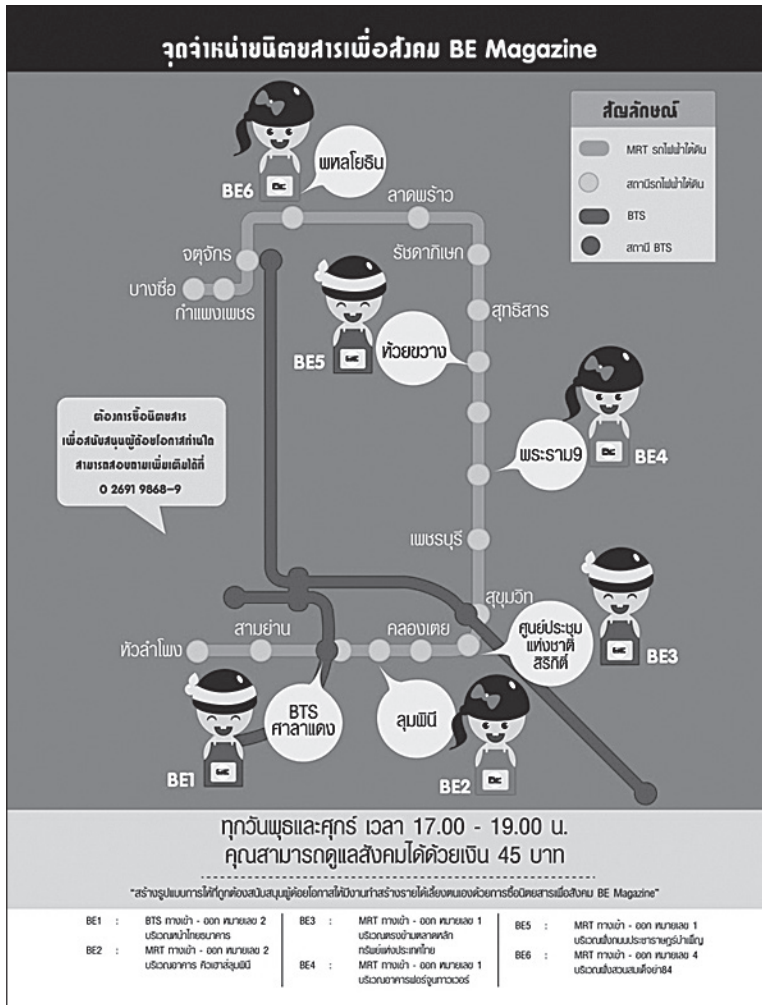
“เราขอเวลาแค่ 1-2 ชั่วโมงของคุณ ในการดึงคน มาร่วมกันแก้ปัญหาสังคม”

บก.โทน กล่าวถึง เทคนิคการขอให้ผู้มีชื่อเสียง มาลงปก BE Magazine แบบไม่คิดค่าตัว

ข่ายต่างๆ ในส่วนนี้จะลงรายละเอียดเชิงลึกจากการแบ่งปัน โดยคุณเอ็กซ์ อรรถพล พูลเลิศ, Creative และนักพัฒนากิจกรรม เพื่อสังคม ควบฝ่ายดูแลผู้ด้อย

โอกาส ผู้เป็น Key Person ขององค์กร ที่รับหน้าที่ค้นหา สัมผัส และเข้าถึงใจผู้ด้อยโอกาส เพื่อนำพาพวกเขาไปสู่ชีวิตที่ดี กว่า...





การช่วยเหลือกลุ่มคนด้อยโอกาสในสังคมทำได้หลายวิธี ทั้งการบริจาค การเป็นจิตอาสา การระดมทุนช่วยเหลือ แต่ทีมงานของ BE ทุกคนมีความเชื่อที่แรงกล้าว่าการให้ที่ถูกต้องที่สุดคือการให้โอกาสพวกเขาได้มีชีวิตที่ดีขึ้นด้วยฝีมือของพวกเขาเอง ประโยชน์ที่ได้จากวิธีการนี้คือ คนด้อยโอกาสจะแปรเปลี่ยนเป็นผู้ได้รับโอกาสที่หยิบยื่นจากสังคม และพวกเขาจะก้าวข้ามผ่านวังวนของชีวิตที่ถูกเรียกว่าคนด้อยโอกาสไปด้วยตัวของพวกเขาเอง ซึ่งมีผู้ก้าวข้ามผ่านชีวิตเหล่านั้นมาได้มากมาย และตัวอย่างหนึ่งก็คือพนักงานขายของ BE Magazine นั่นเอง

ในการนำหนังสือ BE ไปจำหน่ายนั้นจะมีอยู่ด้วยกัน 10 จุดหลัก กระจายในพื้นที่ของสถานีรถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้ามหานคร MRT ดังภาพ



ภาพกลาง; คุณเอ็กซ์ และ ทีมพนักงานขาย BE Magazine เราจะทำให้การให้เป็นการให้ในรูปแบบที่ถูกต้อง การให้เงินขอทาน เด็กคนดัง คนด้อยโอกาส คนพิการบางที่เงินอาจจะไม่ถึงเขา เพราะอาจจะมีคนที่คอยควบคุมอยู่ แต่การซื้อ BE นี้ ยังไงเงินก็ถึงมือผู้ด้อยโอกาสแน่นอน

คุณเอ็กซ์ อัดพล พูลเลิศ, Creative และ นักพัฒนากิจกรรมเพื่อสังคม ควบฝ้ายดูแลผู้ด้อยโอกาส



BE Mechanism

กลไกในการทำสังคมของ BE Magazine มีอีกหลายแนวทางด้วยกันในงานเขียนนี้จะขอแนะนำกลไกที่สำคัญ 2 โครงการ คือ One by One และตลาดนัดบาทเดียว ทั้ง 2 กลไกนี้ต่อยอดจาก SE Model ของ BE มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นอีกหนึ่งสะพานเชื่อมให้คนในสังคมมาช่วยกันเพื่อ เพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายให้กับพนักงานขายของ BE ซึ่งเป็นผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคมที่ดีกว่านั่นเอง

One by One; หนึ่งองค์กร เพื่อหนึ่งผู้ด้อยโอกาส

โครงการนี้อยากเชิญทั้งภาครัฐและเอกชนมาร่วมกัน “สร้างพื้นที่” ให้พนักงานขาย BE Magazine ได้มีโอกาสเข้าไปแนะนำหนังสือในองค์กรเดือนละ 1 ครั้ง ใช้เวลาประมาณ 1-3 ชั่วโมง โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับพนักงานขาย BE โดยเปิดโอกาสด้วยการให้ช่องทางการขายที่มากกว่าปกติ

สิ่งที่ยังขาด องค์กรภาคีที่ร่วมสนับสนุนในการให้โอกาสพนักงานขาย BE ได้เข้าไปนำเสนอ concept ของหนังสือ

ตลาดนัดบาทเดียว

โครงการรับบริจาคสิ่งของเครื่องใช้มือสองสภาพดี รวมไปถึงข้าวสารอาหารแห้งและเครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ เพื่อนำไปขายให้กับพนักงานขายของ BE โดยแฝงกุศโลบายให้ผู้ด้อยโอกาสได้รู้จักทำงาน จะได้ชื่อของใช้จำเป็นในการดำรงชีพในราคาถูก

วัตถุประสงค์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายของพนักงานขาย BE โดยนำของบริจาคมาขายในราคา 1 บาท/ชิ้น

สิ่งที่ยังขาด สิ่งของที่ใช้ใน

ชีวิตประจำวัน เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม เป็นต้น

ช่องทาง สามารถบริจาคของได้ตลอดทั้งปี ที่ BE Magazine โทร 02-691-9868-9

หลังจากเราทำความรู้จักกับ BE Magazine ในแง่ของแนวทางการดำเนินกิจการเพื่อสังคมอย่างมีความสุขแล้ว ในส่วนถัดมารามาดูกันบ้างว่า... นักทำสังคม พวกเขามีความรู้สึกอย่างไรกับงานที่กำลังทำอยู่

เมื่อได้รับแล้วก็ต้องให้...

“คนที่ทำงานที่นี้สองอย่าง ที่เขาจะได้ไม่ใช่เงิน ความภาคภูมิใจต่างหากที่เขาจะได้มากกว่าที่อื่น คุณอาจจะอยู่ในบริษัทใหญ่โต ชั้นตำแหน่งดีนะ..แล้วมาคุยกับเพื่อน แต่พวกเขาจะไปบอกคนในนั้นว่าไม่เป็นไร เราไม่ได้ใหญ่โต

แต่เราภูมิใจ ”

บ.ก.โกน

one by one by BE

BE Magazine เชิญชวนองค์กรภาครัฐและเอกชนมาร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมเป็นระยะเวลา 10 องค์กร ตัวอย่าง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสได้เข้ามาทำงาน ในโครงการช่วยเหลือ 1 คนแมกกาซีนหนึ่งองค์กร

หนึ่งองค์กร + หนึ่งผู้ด้อยโอกาส = การรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน

“องค์กรของท่านสามารถเข้าร่วมโครงการ BE Give BE Good One by One”

โทร: 0 291 9868-9 www.think-be.com / www.facebook.com/BEMagazineTH

ตลาดนัดบาทเดียว 1B (รับเงิน Social Enterprise)

เปิดรับบริจาคของ 3 หมวด

- เสื้อผ้าของใช้ในบ้าน
- ข้าวสารอาหารแห้ง
- เครื่องใช้ไฟฟ้า - เครื่องครัว

ติดต่อสอบถาม: โทร. 02-691-9868-9, www.facebook.com/BEMagazineTH, www.think-be.com

เปิดรับบริจาคที่: 1. ตลาดนัดบาทเดียว, 2. BE Magazine ชั้นที่ 2 ชั้นบน: 35 ถนนรัชดาภิเษก แขวงจตุจักร กทม. 10400

เปิดรับบริจาคของตลอดทั้งปี

ตลาดนัดบาทเดียว โครงการรับบริจาคสิ่งของเพื่อลดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ด้อยโอกาสขาย BE

BE ตอบโจทย์ชีวิต

โดยธรรมชาติของลักษณะงานแล้วทีม BE Magazine มักจะเป็นผู้สัมผัสภาณความรู้สึกของผู้อื่นเป็นส่วนมาก ทีมวิจัยได้มีโอกาสได้ลองสัมผัสภาณพวกเขา ซึ่งคำตอบที่ได้พิสูจน์ได้โดยง่ายว่าเป็นความรู้สึกจริงจากการกระทำที่คนของ BE กำลังทำอยู่ พวกเขาจะมาเล่าความในใจกันว่า BE ตอบโจทย์อะไรในชีวิตพวกเขาที่อยากทำมานาน และจะเป็นต้นเหตุสำคัญที่นำพาพวกเขาให้กลายเป็น นักทำสังคม

คุณอรันตร์ อาซาพิลาส ผู้ก่อตั้ง BE Magazine เป็นชายหนุ่มคนหนึ่งที่ยกเสมอว่าตนเองเป็นผู้ที่มีโอกาสในชีวิตที่ดีกว่าได้ไปศึกษาต่อต่างประเทศ แต่แทนที่เขาจะเลือกทางเดินชีวิตในเส้นทางที่เหมือนกับเพื่อนในรุ่นเดียวกันอย่างการเข้าสู่ถนนการเมือง หรือโลดแล่นในเส้นทางธุรกิจของครอบครัว เขากลับเลือกที่จะนำบางสิ่งบางอย่างกลับมาเมืองไทย โดยที่เขาคิดเพียงว่า ถ้าเขาผู้ซึ่งได้รับโอกาสดีๆ ในชีวิตไม่ทำ แล้วใครจะทำ เขาขอบคุณทุกๆ คนที่ทำให้ BE มาถึงจุดนี้ได้ โดยเฉพาะทีมงาน BE ทั้งหมด เขาทิ้งท้ายถึงแรงจูงใจที่ทำให้เขามาทำสิ่งเหล่านี้ไว้ว่า

“ผมไม่ใช่คนดินะ ผมกำลังสนุกกับการแก้ปัญหาสังคมและถ้าปัญหาไหนแก้ได้แล้ว ผมก็จะแก้ปัญหาอื่นไปเรื่อยๆ ”

เมื่อถามถึงแรงบันดาลใจที่เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญให้เข้ามาทำบริษัท ซิล ซิล แคปิตอล คืออะไร เขาตอบว่า...

“ ตอนนั้นผมไปเป็นครูอาสา มีเพื่อนอยู่อาสาสมัครสมาคมชวนไปสอนหนังสือ ม.1-ม.6 เป็นโรงเรียนในเครืออเนกมนตรีของในหลวงที่เชียงใหม่ โดยใช้ความรู้ของมัธยมที่อังกฤษ และเขาพาไปดูมูลนิธิของสมเด็จพระเจ้ากัลยารัตนาธิบดีเมืองไทยบ้าง มันต้องเอาอะไรกลับมามากกว่าใบปริญญา นั่นคือจุดเปลี่ยน ”

อีกคนหนึ่งคือ คุณป๋ม หัวหน้ากองบก.ของ BE Magazine ที่ผ่านประสบการณ์ทำงานในองค์กรมาระดับหนึ่ง และได้มีโอกาสมาทำงานที่ BE และได้รับทั้งความมั่นคงทางวัตถุ และความมั่นคงทางจิตใจ จนกระทั่งรู้สึกว่ามีเหตุผลอะไรที่จะออกจากที่นี่ ถ้าที่นี้ยังทำอะไรเพื่อให้กับคนอื่นอยู่

“ เราที่ผ่านประสบการณ์การทำงานมาระดับนึง แล้วพอถึงจุดหนึ่งเรารู้แล้วว่าสิ่งที่เราต้องการจริงๆ มันคืออะไร ความก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิต คือที่ BE มีความเป็นไปได้หมด มันเผื่อแผ่ไปถึงคนอื่นอีก ที่นี้มันให้อะไรมากกว่านั้น มันไม่ใช่แค่เพื่อตัวเราเองหรือครอบครัว มันยังมีคนอื่น ”

อีกที่เราสามารถให้ได้

คุณป๋ม รัตติกาล พูลสวัสดิ์,
หัวหน้ากองบรรณาธิการ
BE Magazine

คุณพัท หนึ่งในทีมงานกองบก.ของ BE ที่เชื่อมั่นในคุณค่าของงานที่เธอกำลังทำอยู่ เธอบอกกับใครๆ ได้ว่า นี่คือนานในฝัน เป็นค่าง่ายๆ ที่สมบูรณ์ในตัวอยู่แล้ว เธอรู้สึกดีที่ได้ทำงานที่ให้ประโยชน์กับคนอื่น โดยเฉพาะคนที่ขาดโอกาสในชีวิต

“ งานนี้มันทำประโยชน์อะไรให้กับคนอื่นอีก มันคงเป็นงานในฝันนะ หลายคนก็อยากจะทำ แต่หลายคนก็ไม่มีทางเลือก ไม่มีทางไป แต่เรารู้สึกว่าเราไม่มีอะไรต้องเสีย ชีวิตเราก็เราใช่อะไรก็ควรจะมีความสุข ก็เลยมาทำที่นี้ ทำที่นี้มายังไม่ถึงปีเลยนะ รู้สึกว่านี่แหละชีวิตการทำงานที่เราต้องการ ตอบโจทย์ทุกอย่าง เรารู้ว่าตัวเราต้องการอะไร สิ่งที่เราทำมันได้ ความภาคภูมิใจ อย่างเดียวเลยนะที่สำคัญมาก สำหรับคนรุ่นใหม่ที่จะเลือกงานที่มันเป็นตัวตนของเราได้ แล้วเรารู้สึกว่าเราทำได้แล้วมันมีคุณค่ามากเลย อันนี้มันสำคัญมากกว่าเงิน ”

คุณพัท ภัทราวรรณ สุขมงคล,
กองบรรณาธิการ BE Magazine



คนสุดท้ายเป็นคนที่ทีมวิจัยได้รับข้อมูลจากกองบก. BE Magazine ว่าถึงอย่างไรทีมวิจัยก็ต้องสัมภาษณ์ชายคนนี้ เขารู้ทุกอย่างในงานของ BE Magazine เขาคือแรงบันดาลใจ และเขากำลังแสวงหาประสบการณ์ที่ไม่เจอในงานทั่วไป เขาเริ่มจากการเป็นพนักงานขายนิตยสารของ BE Magazine ด้วยความขยัน และแรงใจที่ไม่เคยหมด เขาก้าวเข้าสู่ตำแหน่ง”ครีเอทีฟเพื่อสังคม”อย่างเต็มตัวในเวลาต่อมา และทุกวันนี้เขาคือ key person ในการลงพื้นที่เพื่อค้นหาผู้ด้อยโอกาสในชีวิตที่อยากมาร่วมงานกับ BE Magazine ในฐานะพนักงานขายแบบที่เขาเคยทำมาก่อน ไม่มีใครจะรู้งานลงพื้นที่ดีกว่าชายคนนี้ คุณเอ็กซ์ อัดถพล พูลเลิศ, Creative และนักพัฒนา กิจกรรมเพื่อสังคม ควบฝายดูแลผู้ด้อยโอกาส

“ผมได้ประสบการณ์ในแบบที่ผมอยากได้ ตอนนี้ความสำเร็จไม่ได้ตอบจกยชีวิตผม ผมอยากได้ประสบการณ์ในโลกที่ไม่เคยไป ได้อ่านความคิดของคนว่าเขาคิดยังไง ได้มุมมองว่าเอียเราตัดสินคนด้วยความคิดของเราไม่ได้นะ อย่างเช่นเด็กชนตงค์ (เด็กที่เดินเข้ามาพูดเพื่อขอเงิน) เขามีทักษะในการพูด แต่เขาไม่รู้จักคำว่าศักดิ์ศรี ด้วยสภาวะสังคมไทยเป็นการให้ที่ไม่ถูกต้อง คนไทยเห็นชอกาน เห็นคนด้อยโอกาสจะเกิดความรู้สึกสงสาร แล้วก็ให้เงิน ผมว่ามันเหมือนเป็นการทำลาย

สังคมทางอ้อม เป็นการทำให้ผู้ด้อยโอกาสไม่รู้จักการทำงาน ไม่รู้จักศักดิ์ศรี ซึ่งตรงนี้ BE Magazine กำลังพยายามเปลี่ยนแปลงสังคมจากการขอเป็นการขาย เราพยายามปลุกฝังกับคนเหล่านั้นว่าสิ่งที่คุณเคยทำมามันเป็นสิ่งที่ผิด เรากำลังสอนให้เขาทำในสิ่งที่ถูกต้อง สอนให้เขารู้จักศักดิ์ศรี”
ความรู้สึจากนักทำสังคม

ทีมงาน BE Magazine กำลังทำกิจกรรมบางอย่างที่มากกว่าการทำนิตยสาร พวกเขา กำลังทำสังคมให้ดีขึ้นด้วยรูปแบบกิจการเพื่อสังคม และคงไม่แปลกถ้าเราจะนิยามพวกเขาว่า...นักทำสังคม

BE Magazine ตอบโจทย์ชีวิตของพวกเขามากมาย นั่นทำให้พวกเขาตระหนักอยู่เสมอว่าต้องทำอะไรบางอย่างกลับไปให้ BE Magazine เพราะนิตยสารเล่มนี้เป็นหน่วยหนึ่งของการทำสังคมให้น่าอยู่ขึ้น ความรู้สึกอะไรบางอย่างที่เราไม่รู้ว่าจะนิยามมันว่าความสุขได้หรือไม่ มันพร้งพรูออกมาในขณะที่ทีมวิจัยได้สัมภาษณ์พวกเขา น้ำเสียง เรื่องเล่าความประทับใจ แววตาของพวกเขา แสดงออกให้เราเห็นว่าพวกเขารักในงานที่กำลังทำอยู่มากขนาดไหน นั่นอาจเป็นคำตอบสุดท้ายขององค์กรใดใดในโลกใบ

นี้ หากที่ทำงานไหนมีงานที่ทำให้พนักงานเป็นไปได้ถึงขนาดนี้ เราอาจเรียกองค์กรเหล่านี้ได้ว่า “องค์กรแห่งความสุข” ก็เป็นได้ ความรู้สึกของคนที่เคยได้รับ และกำลังเป็นผู้ให้ นั้น เราขอแสดงให้เห็นดังคำกล่าวต่างๆ ต่อไปนี้ เมื่อผู้อ่านได้ลองใช้ใจสัมผัสความรู้สึกที่นักทำสังคมกลุ่มนี้แสดงออกมา แล้วจะเข้าใจได้เองว่า พวกเขามีความสุขจริงๆ...

“... ทั้งๆ ที่ก็ยังไม่รู้ว่าจะไปทำอะไรกับคนอื่น มันทำในรูปแบบไหน แต่มีอยู่โรงเรียนหนึ่งชื่อ โรงเรียนพิชชัฒนาที่ศรีไทย ค่ามีกิจกรรมกำลังหาทุนซื้อสิเพื่อมาวาดกำแพงเขาก็เลยบอกให้เด็กๆ ขาย รายได้ส่วนต่างก็จะเอาเข้าโรงเรียนเพื่อไปซื้อสิ ตั้งแต่ทำงานมามันมีหลายสิ่งหลายอย่างที่เรามองผ่าน ทั้งๆที่สมัยตอนเรียนมาก็ไม่เคยคิดอยากไปกลุ่มค่ายอาสาอะไรแบบนี้เลยนะ รู้สึกว่าเราสามารถเป็นคนดีได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องไปทำอะไรขนาดนั้นก็ดีมั้ง แต่พอมาทำตรงนี้แล้วรู้สึกว่าเป็นแบบแค่ว่าคนเดียวมันก็มีพลังมากพอที่จะช่วยใครอีกหลายๆคน แล้วก็ระหว่างขับรถกลับมาปุ้มก็พูดกับพี่ไทน์ว่า เออรู้สึกดี รู้สึกดีที่ว่าไปทำงานที่วัด ทำแบบนั้นมันไม่เห็นผล เราไม่รู้ว่าเราให้ไปแล้วได้อะไร แต่ทำแบบนี้ปุ้ม Effect มันจะกันหันเลย น้องๆเขาชอบคุณ เขาสวัสดิ เขาได้รับในสิ่งที่เราต้องการจะให้เค้า”

คุณปุ้ม รัตติกา พูลสวัสดิ์, หัวหน้ากองบรรณาธิการ BE Magazine

“

เวลาเห็นผู้ด้วยโอกาสเข้ามา รู้สึกเหมือนเขาเป็นญาติเรา ทักทาย สวัสดิค๊ะคุณลุง คุณป้าที่เข้ามารับหนังสือไปรู้สึกเหมือนเขาเป็นคนในครอบครัวเรา ทำให้เรารู้สึกว่าเวลาเดินออกไปข้างนอกเจอคนข้างถนนมาขอตั้งค๊ะอะไรแบบนี้ รู้สึกว่าไม่ได้กลัว รู้สึกเห็นมนุษย์เป็นมนุษย์มากขึ้น มีน้องคนหนึ่งเขาتابอดชื่อ น้องนัท เขาเข้ามารับหนังสือไปขาย อีกอย่างเขาก็เรียนหนังสือไปด้วย ถึงแม้ว่าเขาจะتابอดทั้งสองข้าง เขาก็ใช้ชีวิตอย่างเต็มที่ ทั้งเรียนและทำงาน ยิ่งมาเห็นการเปลี่ยนแปลงของน้องๆ หลายคนที่เขาเข้ามารับหนังสือไปขาย น้องเข้ามาปรึกษาพี่โทน และพี่เอ็กซ์ (ฝ่ายดูแลผู้ด้วยโอกาส) ว่าเขาอยากจะไปทำงาน อยากจะเรียนต่อ อยากจะขยับขยายตัวเอง เห็นน้องเขามีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เราเห็นการเปลี่ยนแปลงนั้นเราก็มีความสุขนะ การได้มาทำงานที่นี่ ได้เรียนรู้เรื่องของการให้มันเป็น Effect ค่ะ”

คุณตุ๊กตา อวีวรรณ นิติสารสินทร์,
Proof Writer

“

ก่อนมาทำงานที่นี่ไม่เคยคิดจะทำงานออฟฟิศมาก่อน แต่มาอยู่ที่นี้บรรยากาศมันดี ความรู้สึกมันดี มันเป็นพี่น้องกัน อาจจะมีเครียดบ้างด้วยตัวงานแต่งานมันออกมาดีผมก็ภูมิใจนะ มีครั้งหนึ่งทีไปออกรายการทีวี SME ตีแตก วันนั้นเป็นวันเสาร์ มีโทรทัศน์โทรเข้ามาหาผมเป็นคนขายนิตยสารของเราที่นี่แหละ ค่ะ น้าเสียงเขาตื่นเต้นมาก เขาบอกว่านี่ออกรายการแล้ว feedback หนังสือเราดีมาหลายคนะ วันนี้พี่ชาย



บรรยากาศการระดมทุนซื้อสื่อที่โรงเรียนพิชัยพัฒนา



ภาพครูลูอี้สี่ชอบระเบียบงบ้านริมน้ำ

ช่วงเดือนสองเดือนแรกไปกับพี่บูม คอลัมน์ Hall of Fame เป็นคอลัมน์ที่พูดถึงคนที่มีคุณูปการต่อสังคมคนจริงจะรู้อย่างนี้ ไปหาครูลูอี้สี่สมุทรปราการ ครูลูอี้สี่เป็นครู รัชการมาาก่อนแล้วก็มาสอนดนตรีไทย แต่เกษียณมานานแล้วหละ อายุ 80 ปลายๆ แล้วค๊ะ คือบรรยากาศแบบว่าอยู่ระเบียบงบ้าน ลมเย็นๆ ริมน้ำ เหมือนมีผู้เฒ่าผู้แก่เล่นซอให้ฟัง แล้วเราก็เล่นกับแกไปด้วย มันให้ความรู้สึกว่แบบหุยมันไม่มีงานไหนหรือกที่จจะทำให้เรามาเจอคนแบบนี้ หลังจากกลับมาวันนั้นรู้สึกว่งานแบบนี้โคตรมีค่าเลย รู้สึกแบบอยากกลับมาเล่าให้แม่ฟังว่งานนั้นมันทำให้เราไปเจออะไรมา อยากจะไปเล่าให้คนที่เขาไม่เห็นด้วยกับการที่เราออกมาจากบริษัทใหญ่ คือออกมามันก็มีคนไม่เห็นด้วย เราก็ออยากจะไปคุยให้เขาเห็นว่าไอ้งานแบบนี้มันไม่ได้ยากันได้ง่ายๆอะไรอย่างนี้ค๊ะประทับใจสุดแล้ว แต่ก็ไม่ได้เกิดคำถามอะไรเลยต่ออาชีพนี้อีกแล้วว่มันไม่ใช่มี่ย รู้แต่ว่ไอ้ตัวเรานี้แหละต้องพัฒนาให้เป็นประโยชน์ต่อที่นี้ให้มากที่สุด

คุณพัท ภัทรวรรณ สุขมงคล, กองบรรณาธิการ BE Magazine



บรรยายภาศการ Meeting ครอบคร้วผู้ขายหนังสือ BE
ที่มา: Fan Page BE Magazine, 23 พฤษภาคม 2553

ได้ 30 กว่าเล่ม พี่ดีใจมากเลย ผม
ฟังแล้วผมน้ำตาปริ่มเลยเพราะโดย
ปกติงานของผมมันเหมือนเติมน้ำ
ในแก้วยังงี้ก็ไม่เต็ม แต่พอได้รับ
โทรศัพท์ตรงนี้แล้ว มันทำให้เรา
ภูมิใจรู้สึกเหมือนว่าเรา
เติมน้ำเต็มแก้ว ผมเลยต้องสู้ต่อไป
มันยังหยุดไม่ได้ละ

”

คุณเอ็กซ์ อตตพล พูลเลิศ,
Creative และนักพัฒนกิจกรรมเพื่อ
สังคม ควบฝ้ายดูแลผู้ด้อยโอกาส

“

น้องที่เข้ามาขายที่เคยอยู่
กลุ่มเด็กดมกาว
วันนี้เค้าเป็นพนักงานประจำ
Tesco Lotus และกำลังจะกลับ
ไปเรียนต่อด้านไอที

”

คุณต้น, อารินทร์ อาษาพิลาส



บรรยายภาศการถ่ายทำรายการ SME ตีแตก
ที่มา : Fan Page BE Magazine, 4 มิถุนายน 2553

เสียงสะท้อนจากผู้ได้รับ...

ในมุมมองของผู้ที่ไม่ลำบาก หรือ
ไม่ได้เดือดร้อนถึงขั้นอดอยาก ก็

คงไม่มีวันเข้าใจได้ลึกซึ้งหรือ
ว่า คนที่เขาลำบากรู้สึกอย่างไร
และยิ่งไปกว่านั้นความรู้สึก

ขอบคุณคนที่หยิบยื่นความช่วยเหลือให้กับพวกเขา แม้เพียงน้อยนิดสำหรับคนที่มีโอกาสในชีวิตมากมาย ก็เป็นความรู้สึกขอบคุณที่มาจากใจที่ล้นเอ่อด้วยความรู้สึกต้นตัน ที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยคำพูด แต่สัมผัสได้ด้วยใจ...

“**บริษัทเขาก็ดีนะ ก็ขอบคุณที่เขา มีเมตตาให้กับประชาชน ช่วยเหลือคนจน/คนตกงาน เราก็มารู้จะทำอะไร เพราะเราจบแค่ ป.4 ความรู้ก็ไม่มี ไม่รู้จะทำอาชีพอะไร ได้แต่มาขายของที่นี่แหละผมก็แนะนำเพื่อนๆ แนะนำคนทั่วไปให้เข้ามาทำงานนะ บอกเขาว่าบริษัทเขามีหลาย ตำแหน่งนะไม่ว่าจะเป็นฝึกงาน ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว ก็ว่ากันไป เขาก็บริการให้เรา มีหนังสือขายตลอด ถึงเวลาหนังสือก็ออกเดือนละเล่ม เราก็จะมารอ รายได้ตอนนี้ก็พออยู่ได้ ไม่ลำบากมากมาย ตอนนี้บริษัทให้ค่ารถ ให้ราคาพิเศษ แล้วยังให้หนังสือฟรี 2 เล่ม ผมทำมานานแล้ว เขาให้โปรโมชั่นได้ หนังสือ 2 เล่ม+เงิน 100 บาท เขาก็ช่วยเหลือพนักงานอย่างผม เขาจะช่วยตลอด ใครมาใหม่มาเก่าก็ว่ากันไป ผมก็เข้ามาซื้อไปเรื่อยๆ เรายังซื้อเราก็ได้โปรโมชั่นไปด้วย หนังสือเราหมด เราก็มารับไปขายใหม่**”

นอกจากนั้นคำขอบคุณจากสังคมที่มอบให้กับนิตยสารฉบับนี้ ทั้งจากคนไทยและคนต่างชาติที่ได้อ่านและสัมผัสสองครั้งนี่ ก็เป็น

กำลังใจที่ดี เติมเชื้อไฟให้พวกเขาทำงานในการทำสังคมให้มีพื้นที่ให้คนทำดีต่อไป

“ตั้งหน้าตั้งตารอฉบับใหม่ อยู่ค่ะ ปกติจะซื้อกับพี่ผู้ชาย ที่ขายอยู่ตรงทางออกรถไฟใต้ดิน สถานีลุมพินีค่ะ สัญญาว่าจะขอสนับสนุน BE MAGAZINE ต่อไปเรื่อยๆ จนกว่า “น้องออกัส”

จะอ่านหนังสือออก เพราะตอนนี้ น้องอยู่แค่ 0.1 เพราะอยากปลูกฝังทัศนคติที่ดีๆ สนใจสังคมและเพื่อนมนุษย์ ให้กับเยาวชนรุ่นลูกและหลานต่อไป”

Paman Sopasompong
จาก Fan page BE Magazine



ลุงบุญสม รั่มมะพันธุ์, พนักงานขาย BE Magazine (คุณลุงบุญสมเป็นอัลไซเมอร์ระยะแรก จริงๆแล้วลุงเป็นคนมีบ้าน แต่ไม่อยากเป็นภาระของคนที่บ้าน เลยชอบไปนอนที่หัวลำโพง ทุกวันนี้ก็มีรายได้จากการขาย BE Magazine เป็นหลัก)



“
นี่แหละ
ความสุข
ของ
พวกเขา...
นักทำสังคม
”

“
Extremely friendly, approach-
able and enthusiastic people
who love
what they do! All the best,
keep up the great work! :)

Daniel Lim Kee Meng

จาก Fan page BE Magazine



BE Happy “สังคม คือ บ้าน
ของพวกเขา”

สำหรับคนทั่วไปในสังคม
มองว่า “คนไร้บ้าน” นั้นมีอยู่
มากมาย แต่เมื่อได้ดูหนังเรื่อง
Soloist ที่เปิดฉายในงาน Social
Change ที่จัดขึ้นในวันครบรอบ
ก่อตั้งนิตยสาร BE Magazine ณ
งานเปิดบ้าน Thai PBS จึงทำให้
ตระหนักได้ว่า อันที่จริงแล้ว คน
ไร้บ้าน อาจไม่ได้คิดเช่นนั้น พวกเขา
อาจคิดว่าบ้านที่เขาอยู่ คือ
สังคมที่มีผู้คนมากมายรายล้อม
อยู่ เพียงแต่มุมมองของพวกเขา
กับคนที่ได้ชื่อว่ามีบ้านแตก
ต่างกัน แต่...ไม่ใช่คนกลุ่มหนึ่ง
ทำงานให้กับ BE Magazine คน
กลุ่มนี้ไม่คิดว่า “คนไร้บ้าน” เป็น
คนอื่น พวกเขาเชื่อว่าคนไร้บ้าน
เป็นสมาชิกหนึ่งในครอบครัวที่
ต้องช่วยกันดูแล แม้พวกเขาจะ
มีบ้านหลังใหญ่ที่เรียกว่า สังคม
การทำให้บ้านหลังใหญ่มากๆ น
่าอยู่ขึ้นคงทำได้ไม่ถ่ายนัก แต่...
เชื่อมั่นเหลือเกินว่า แค...คนที่
ยังมองว่ามีคนไร้บ้านในสังคม

พลิกวิธีคิดเพียงนิดเดียว และหัน
กลับมามองว่า สังคม คือ บ้าน
ของเรา “คนไร้บ้าน” คือสมาชิก
ในครอบครัว และทุกคนมีหน้าที่
เดียวกัน คือ ทำให้บ้านน่าอยู่ เมื่อ
นั้น บ้านหลังนี้ คงจะกลายเป็น
บ้านหลังใหญ่ที่น่าอยู่ขึ้นเป็นอย่างมาก

นี่แหละความสุขของพวกเขา
... นักทำสังคม แห่ง BE Magazine



GTH

Give & Take Happiness

ศรายุทธ พจนปรัชญกุล, ประภัสร์ รักตะจิตระการ, รศ.ดร.วิชัย อุตสาหะจิต

GTH



ก่อนจะมาเป็น GTH

ปี พ.ศ. 2534 ในยุคที่สื่อโฆษณาและมิวสิกวิดีโอกำลังเป็นที่ได้รับความนิยม **แก๊ง-จิระ มะลิกุล** ผู้กำกับมิวสิกวิดีโอและโฆษณาแถวหน้าของเมืองไทยในขณะนั้น ได้ร่วมกับ **จิน่า-จินา โอสตศิลป์** และเพื่อนพ้องอีก 5 คน เปิดบริษัท **หับ โห้ หิ้น บางกอก** จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจโปรดักชั่นเฮาส์ผลิตภาพยนตร์โฆษณา โดยหุ้นส่วนทุกคนมีสัญญาใจว่าจะเก็บสะสมผลกำไรให้ได้ 15 ล้านบาท เพื่อให้จิระได้ไปทำหนังไทยตามความฝันของตัวเอง

ต่อมาราวปี พ.ศ. 2541 เมื่อหับ โห้ หิ้น บางกอก สามารถรวบรวมกำไรสะสมได้ตามที่คาดหวังไว้ พวกเขาจึงเริ่มโครงการสร้าง

ภาพยนตร์เรื่อง **“15 คำเดือน11”** ...แต่ปัญหาที่ไม่คาดฝันก็เกิดขึ้นเมื่อจิน่าได้นำบทภาพยนตร์จากปลายปากกาของจิระมาประเมินงบประมาณในการผลิต กลับพบว่าภาพยนตร์เรื่องนี้ต้องใช้เงินทุนในการสร้างถึง 25 ล้านบาท!

แต่นับเป็นโชคดี เมื่อ **อาภุไพบูลย์ ดำรงชัยธรรม** จากบริษัท **จีเอ็มเอ็มแกรมมี่** ยักษ์ใหญ่ของวงการบันเทิง และเจ้าของค่ายหนัง **จีเอ็มเอ็มฟิงเกอร์ส** ได้ยื่นขอเสนอเพื่อขอร่วมงานกับหับ โห้ หิ้น บางกอก

ภายหลังการเจรจาของทั้งสองฝ่าย ได้ข้อสรุปว่าทั้งสองบริษัทจะร่วมกันเปิดธุรกิจโปรดักชั่นเฮาส์ที่เน้นการสร้างภาพยนตร์ในชื่อ **หับ โห้ หิ้น**

LL

เราต้องช่วยให้
คนทำงานมีโฟกัส
มีสมาธิกับงาน
จริงๆ เราก็ต้อง
เข้าไปดูแลชีวิต
ความเป็นอยู่ของ
คนเหล่านี้ เพื่อให้
เขาไม่ต้องไปดิ้นรน
ในส่วนอื่นๆ พอ
ถึงสิ้นเดือนก็มีเงิน
เดือนใช้ คนเหล่านี้
จะได้ใช้สมองของ
เขาเพื่อการทำงาน
จริงๆ

11



ฟิล์ม โดยมีจีเอ็มเอ็ม และ หับ โห้
หิ้น บางกอก ถือหุ่นกันคนละครึ่ง
จนกระทั่ง ภาพยนตร์เรื่องแรก
“15 ค่ำเดือน 11” ภายใต้การ
ผลิตของหับโห้หิ้นฟิล์ม ถูกสร้าง
เสร็จและนำออกฉาย ก็ได้รับเสียง
ชื่นชมและกวาดรางวัลต่างๆ มา
มากมาย

ในเวลาต่อมา หับ โห้ หิ้น
ฟิล์ม จับมือกับวิสูตร พูลวรลักษณ์
จากบริษัทไทเอนเตอร์เทนเมนท์
ผลิตภาพยนตร์เรื่อง “แฟนฉัน”
ซึ่งก็ได้กลายเป็นปรากฏการณ์
ของความสำเร็จทั้งในแง่ของรายได้
ที่สูงเป็นประวัติการณ์ถึง 137
ล้านบาท และกวาดรางวัลต่างๆ
ในแทบทุกสาขาของภาพยนตร์

ปี พ.ศ. 2546 หลังจากความ
สำเร็จของภาพยนตร์เรื่อง “แฟน
ฉัน” ผู้บริหารของทั้ง 3 บริษัท
อันได้แก่ จีเอ็มเอ็ม พิกเจอร์ส,
ไทเอนเตอร์เทนเมนท์ และ หับ
โห้ หิ้น ฟิล์ม ก็มีความเห็นร่วมกัน



ในการรวบรวมกิจการของทั้ง 3 บริษัทเข้าเป็นบริษัทเดียวกัน เนื่องจากแต่ละบริษัทต่างก็มีจุดเด่นที่สามารถส่งเสริมซึ่งกันและกันได้ ในแง่ที่ว่าจีเอ็มเอ็ม พิกเจอร์ส มีจุดเด่นในเรื่องของเงินทุน สื่อ และความรู้ความเชี่ยวชาญทางการเงิน บัญชี และกฎหมาย ส่วนไทเอ็นเตอร์เทนเมนต์ก็คือผู้คร่ำหวอดในวงการภาพยนตร์มาอย่างยาวนาน และห้า โห่ หิ้น พิล์ม ก็มีประสบการณ์ในการเป็นโปรดักชั่นเฮาส์ผู้สร้างภาพยนตร์ที่เต็มไปด้วยคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ไฟแรง

และนั่นก็คือที่มาของ GTH หรือ ชื่อเต็มว่า บริษัท จีเอ็มเอ็ม ไท หับ จำกัด (Gmm Tai Hub Company Limited)



GTH ก่อตั้งขึ้นด้วยทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาทในเดือนพฤษภาคม ปี 2547 ดำเนินธุรกิจเป็นสตูดิโอผลิตภาพยนตร์ไทย โดยมีเป้าหมายที่จะคืนทุนภายใน 5 ปี มีพนักงานรุ่นแรกจำนวน 30 คน

จินา โอสถศิลป์ กรรมการผู้จัดการ (Managing Director) บอกถึงความโชคดีของ GTH ที่เกิดจากการรวมตัวของส่วนผสมที่แตกต่างกัน แต่มีเป้าหมายเหมือนกัน คือการผลิตภาพยนตร์

ไทยที่ดี มีคุณภาพ สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับชีวิต และต้องมีการยกระดับมาตรฐานให้ดีขึ้นเรื่อยๆ

หนทางที่ไม่ Feel Good

แม้จะมีความมุ่งมั่นตั้งใจอย่างแน่วแน่ แต่หนทางความสำเร็จของ GTH ก็ไม่ได้ดำเนินไปแบบ Feel Good อย่างที่ใครหลายคนคาดคิด ในช่วง 4 ปีแรก GTH ต้องประสบกับภาวะล้มลุกคลุกคลาน และบางครั้งก็ถึงขั้นวิกฤตที่เรียกว่าเกือบจะต้องปิดบริษัทกันเลยทีเดียว

“ต้องเข้าใจว่าหนังไม่ใช่สูตรสำเร็จ การทำหนังไม่สามารถบอกได้ว่า พอคิดปุ๊บ ทำปุ๊บแล้วหนังเรื่องนี้จะได้เงิน หนังบางเรื่องเป็นหนังดี ได้รับเสียงชื่นชมมหาศาล แต่ก็ไม่สามารถทำเงินได้ หรือหนังบางเรื่อง อาจจะถือว่าทำเงิน แต่ก็ยังไม่สามารถรองรับภาวะขาดทุนของบริษัทได้อยู่ดี”

“การทำหนังให้ดี นั้นมีองค์ประกอบหลายอย่าง ตั้งแต่การทำเรื่อง ทำบทให้ดี แล้วก็ต้องเฟ้นหานักแสดงที่เหมาะสม การทำ production ให้มีคุณภาพ ตั้งแต่การเลือกโลเกชั่น การทำถ่ายทำ การเลือกทีมงานที่มีความสามารถ นั่นแปลว่าเราต้องยอมทุ่มทุนสร้างเพื่อให้งานของเรามีมาตรฐานทัดเทียมกับสากล”

“เท่ากับว่าในการทำหนัง

“ เราต้องยอม
ทุ่มทุนสร้าง
เพื่อให้งาน
ของเรา
มีมาตรฐาน
ทัดเทียมกับ
สากล ”



แต่ละเรื่อง เราต้องใช้เงินในการสร้าง และโปรโมทหนังเฉลี่ยราวๆ 50 ล้านบาท แล้วเงิน 50 ล้านบาทนี้ต้องจมอยู่ประมาณ 2 ปี เรียกว่าทิ้งเงินไปเลย ก่อนจะมาเก็บคืนใน 4 วันแรกที่คนมาดูหนัง ซึ่งก็ไม่สามารถจะการันตีได้ด้วยว่าจะมีคนมาดูหนังเราหรือไม่ เรียกได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงมาก”

หลังจากการทุ่มทุนสร้างมหาศาล ในภาพยนตร์คุณภาพเรื่อง “มหา’ลัยเหมืองแร่” ซึ่งแม้จะมีเสียงชื่นชมจากกลุ่มคนดูและนักวิจารณ์ แต่ความสำเร็จในเรื่องของรายได้นั้นก็กลับสวนทางกันอย่างสิ้นเชิง จากงบประมาณในการสร้างกว่า 70 ล้านบาท หนึ่งกลับทำรายได้เพียงแค่นี้ไม่ถึง 20 ล้านบาทเท่านั้นเอง หรือเรียกง่ายๆ ว่าขาดทุนย่อยยับ

“ตอนนั้นก็กลับมานั่งทบทวนว่าจะทำอย่างไรต่อไป ก็ตกลงว่าจะใจเย็นลง ทำหนังให้น้อยลงในแต่ละปี จากปีละ 6 เรื่อง ก็เหลือแค่ปีละ 4 เรื่อง แต่พยายามเข้าไปดูแลแล้วก็พิถีพิถันกับหนังแต่ละเรื่องให้มากขึ้นในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะ เป็นในแง่ของบท การถ่ายทำ การกำกับ การตัดต่อ การตลาด ซึ่งแต่เดิมเราเคยแยกทีมกันดูแลแต่ละโปรเจกต์ ก็เอาคนมารวมกัน ทุกคนระดมช่วยกัน รวมหัวกัน ตั้งใจว่าจะสู้กันอีกสักยก”

“พอเข้าปีที่ 4 ทุกอย่างก็เริ่มดีขึ้น จากที่ขาดทุนเกือบ 50 ล้าน



19 มกราคม 19 มกราคม

28 มีนาคม ในโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ

ก็เริ่มพุงตัวได้ จนในปีที่ 5 เรื่อง **5 แพร่ง** และ**รถไฟฟ้ามาหานะเธอ** ก็ได้ 100 ล้าน ติดกัน 2 เรื่อง เป็นครั้งแรก ก็เลยทำให้เราสามารถลืมหูลืมตาอ้าปากได้”

และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา GTH ก็สามารถเริ่มคืนทุนได้ตามลำดับ โดยสามารถผลิตภาพยนตร์ที่ทำรายได้เกิน 100 ล้านบาทขึ้นไปอีกหลายเรื่อง หลังจาก “ห้าแพร่ง” (114 ล้านบาท) และ “รถไฟฟ้ามาหานะเธอ” (147 ล้านบาท) ก็ยังมี “กวนมึนโฮ” (125 ล้านบาท) “ลัดดาแลนด์” (117 ล้านบาท) , และ “ATM เออรัก เออเร่อ”(152.5 ล้านบาท)

และที่สำคัญ ได้ทำให้กลุ่มผู้ชมภาพยนตร์เกิดความเชื่อมั่นในผลงานที่เกิดจากผลผลิตของแบรนด์ GTH

พีมัก 1,000 ล้าน กับประสบการณ์ที่ต้องนับหนึ่งใหม่

และแล้ว...ในปี พ.ศ. 2556 GTH ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ที่สั้นสะเทือนวงการภาพยนตร์อีกครั้งจากภาพยนตร์เรื่อง “พีมักพระโขนง” ที่สามารถทำรายได้ทั่วประเทศแต่ละหลัก 1,000 ล้านบาทในเวลาเพียงไม่ถึงหนึ่งเดือน นับเป็นสถิติรายได้ที่สูงที่สุดในวงการภาพยนตร์ไทย

“กรณีการทำหนังแล้วประสบความสำเร็จอย่างพีมักพระโขนงนั้น ก็ไม่ได้แปลว่าเรื่อง

ต่อไปเราจะทำได้ ดังนั้น เราจึงตั้งเป้าหมายแล้วว่าเมื่อใดก็ตามที่เราทำหนัง เราตั้งใจจะทำหนังให้คนดูมีความสุข เราอยากจะทำแบรนด์ GTH ให้คนดูเห็นแล้วรู้สึกว่าจะมาดูหนังของเราแล้วสบายใจได้ จะชอบหรือไม่ชอบไม่เป็นเรื่อง แต่ต้องไม่รู้สึกเสียตายนเงินเสียตายนเวลา นั่นเป็นมาตรฐานที่ GTH เราพยายามทำกันมาตลอด 9 ปี

“คู่แข่งเราไม่ใช่คนอื่น แต่คู่แข่งเราคือหนังของเราเอง เรามีหน้าที่อย่างเดียวคือทำหนังให้ดี เพราะวงการภาพยนตร์ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว เราต้องเดินหน้าหาความสด ความแปลก ความใหม่ให้กับผู้ชมอยู่เสมอ เราพยายามทำให้ผู้ชมรู้สึกโดนใจ-คุ้มค่า-คุ้มราคา เพราะเราเชื่อว่าถ้าทำถูกใจแล้วคนดูจะมาเอง”

จิระ มะลิกุล หนึ่งในผู้บริหารและผู้กำกับภาพยนตร์ของ GTH (Head Producer / Film Director) ได้สรุปบทเรียนที่ได้รับจากการลองผิดลองถูกตลอด 9 ปีที่ผ่านมาเป็นการปิดท้ายว่า

“ความผิดพลาดจะทำให้เรากลับแกร่งขึ้น มาสเตอร์พีซของคนเรามาไม่พร้อมกัน อย่าคิดว่าชีวิตต้องมาสเตอร์พีซทุกเรื่อง การทำหนังก็เหมือนการปีนเขาภูเขาของเรา กับเพื่อนสูงไม่เท่ากัน หน้าที่ของเราคือปีนให้สูงที่สุด ปีนให้เต็มๆ ไปให้ถึงยอดก็แค่นั้นเอง”

“

การกำหนดของ GTH ไม่ได้อยู่ที่

“รายได้”

ระดับ 100 ล้าน

หรือ 1,000 ล้าน

เพียงเท่านั้น

แต่คือการทำให้

คนทำงานมี

“ความสุข”

”



สร้างคน-สร้างความสุข

ปัจจุบัน GTH และบริษัทในเครือทั้งหมดซึ่งประกอบด้วย **สวัสดิทวิสุข, เพลย์ จีทีเอช ออนแอร์ (Play GTH On Air), จอกว้าง และ นาดาว บางกอก** มีพนักงานทั้งหมดจำนวน 140 คน เพราะนอกเหนือไปจากการสร้าง “งาน” แล้ว GTH ยังมีความตั้งใจในการสร้าง “คนทำงาน” ให้กับวงการภาพยนตร์ ด้วยเช่นกัน

จินา ซึ่งนับเป็น ‘พี่ใหญ่’ คนหนึ่งของ GTH เล่าถึงนโยบายการสร้าง “คน” ของที่นี่ว่า

“เมื่อพวกเราอยากทำหนัง เราก็ต้องทำหนังให้เป็นอาชีพให้ได้ นั่นหมายความว่า หนังของเราต้องตอบโจทย์ทางธุรกิจ เพื่อที่คนทำหนังทุกคนจะได้มีเงินเดือนจากการทำหนังไทย สามารถมีรายได้ประจำที่เลี้ยงตัวเองได้แบบไม่ต้องเดือดร้อนเหมือนยุคก่อนๆ”

“เราคิดว่าการเป็นฟรีแลนซ์นั้นไม่ตอบโจทย์ อย่างการทำบทหนังแต่ละเรื่อง ต้องใช้เวลาเป็นปีเขียนกันไม่ต่ำกว่า 10 ร่าง มีการแก้แล้วแก้อีก ดังนั้นเราต้องช่วยให้คนทำงานมีไฟ มีสมาธิกับงานจริงๆ เราก็ต้องเข้าไปดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของคนเหล่านี้ เพื่อให้เขาไม่ต้องไปดิ้นรนในส่วนอื่นๆ พอถึงสิ้นเดือนก็มีเงินเดือนใช้ คนเหล่านี้จะได้ใช้สมองของเขาเพื่อการทำงานจริงๆ”

ภายใต้การบริหารของจินา เธอบอกว่าเป้าหมายสูงสุดใน

การทำหนังของ GTH ไม่ได้อยู่ที่ “รายได้” ระดับ 100 ล้าน หรือ 1,000 ล้าน เพียงเท่านั้น แต่คือ การทำให้คนทำงานมี “ความสุข” เพราะ จินาเชื่อว่า ถ้าคนมีความสุข เขาจะสามารถดึงศักยภาพที่ดีที่สุดออกมาใช้ได้ อย่าง “สร้างสรรค์”

ซึ่งรากฐานที่มาของความสุขในองค์กรนั้น จินาได้ให้ความสำคัญกับปัจจัย 3 อย่าง

1. ออฟฟิศต้องอยู่สบายเหมือนบ้าน

บรรยากาศในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญข้อแรกที่ผู้บริหารของ GTH ไม่มองข้าม ทุกคนที่เคยเหยียบย่างเข้ามาที่ออฟฟิศแห่งนี้ จะสัมผัสได้ทันทีถึงความรู้สึกปลอดภัย ผ่อนคลายของบ้านหลังใหญ่ใจกลางพื้นที่สีเขียว ซึ่งให้ความรู้สึกอบอุ่นของบ้านมากกว่าที่ทำงาน

“เพราะเราเชื่อว่า การทำงานโปรดักชั่น เราต้องอยู่ที่ทำงานมากกว่าอยู่ที่บ้าน ที่นี่เราก็เลยพยายามสร้างบรรยากาศที่ทำงานให้สบายเหมือนอยู่ที่บ้าน ทั้งวัสดุตกแต่ง สี แสง เฟอร์นิเจอร์ รวมถึงพื้นที่สีเขียว จะช่วยให้สมองปลอดโปร่ง มีความลงตัวเหมาะกับการทำงานที่ต้องอาศัยแรงบันดาลใจ”

อรอุมา ธรรมธิ (จอย) เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ (Senior Public Relation Coordinator) เล่าถึงเรื่องนี้ด้วยความภาคภูมิใจ

“ที่นี่ออฟฟิศเป็นเหมือนบ้าน มีห้องครัวให้พนักงาน มีมุมนั่งเล่น เราอยู่แล้วก็รู้สึกสบายใจเวลาเหนื่อยๆ มองออกไปก็เห็นสนามหญ้า เวลาคิดงานไม่ออกเดินออกมา นั่งกินน้ำ มองนกมองไม้ บางทีไอดีเยี่ยมมันก็เกิดขึ้นมา แต่ถ้าอยู่ในตึกใหญ่ เราจะรู้สึกว่าเราอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยม



จุดรวมความสุขของบริษัท คือ โต๊ะขาวด้านหน้า ที่ทำให้เกิดภาพยนตร์มากมาย คน GTH จะมานั่งคิดบทภาพยนตร์ นั่งพูดคุย นั่งกินข้าว ณ ที่แห่งนี้

ทุกคนก็อยู่แต่ในห้องอย่างเดียว อยู่กันไปอย่างนั้นแหละ ถึงแม้ว่างานของเราจะไม่ได้นั่งอยู่กับที่ ตลอดเหมือนพนักงานธุรการก็ตาม มีออกไปถ่ายรายการนู่นนี่นั่นบ้าง แต่เรามองว่าออฟฟิศที่มีพื้นที่ให้พนักงานได้ผ่อนคลายให้เขาได้คิด มีที่โล่งให้สูดอากาศ มันก็มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความสุขได้ ถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ แต่เราว่ามันก็มีส่วนสำคัญนะ”

แม้กระทั่งรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ อย่างเรื่องอาหารกลางวัน ก็เป็นสิ่งที่ผู้บริหารให้ความสนใจ เนื่องจากออฟฟิศตั้งอยู่ในซอยย่านสุขุมวิท อาหารกลางวันจึงหารับประทานได้ยากหรือไม่ก็มีราคาสูง บริษัทจึงจัดเลี้ยงข้าวกลางวันให้กับพนักงานทุกวัน โดยสลับเมนูที่ชอบของพนักงานแต่ละคนไปเรื่อยๆ

2. คนทำงานมีทัศนคติที่ดี คิดบวก

จินาเชื่อว่า Key Success ของแต่ละองค์กรมาจากเรื่องคน การคัดเลือกคนมาทำงานจึงเป็นส่วนที่ละเอียดไม่ได้ และสิ่งที่ GTH ให้ความสำคัญมากที่สุดก็คือเรื่อง “ทัศนคติ”

“เราเชื่อว่าคนเราสร้างศักยภาพได้ ขอให้ทัศนคติที่ดีก่อน ทัศนคติของเราก็คือการทำหน้าที่เป็นอาชีพ และการทำงานเป็นทีม เราจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือก



“

บางทีมันก็เป็นความภูมิใจเล็กๆ น้อยๆ บางทีเราก็เล่าไปโดยที่ไม่ได้คิดว่ามันยิ่งใหญ่ขนาดนั้น แต่เพื่อนที่ฟังก็จะรู้สึกอึ้งๆ หน่อยๆ บริษัทเขาใส่ใจ เขา

คิดแทนพนักงาน

”

คนที่ทัศนคติที่ดี ไม่ว่าจะพนักงานหรือนักแสดง เพราะเราอยากได้คนที่มีความอดทน ทุ่มแท้งงาน ใจเย็น และไม่ใช้อารมณ์ เพราะนั่นจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีความสุข ถ้าทำงานให้สนุก มีความสุขแล้ว ความเก่ง ความสำเร็จก็จะตามมา”

3. ผู้บริหารรักและให้เกียรติพนักงาน

“การทำให้คนรักองค์กรได้นั้น เราที่เป็นผู้บริหารต้องรัก

เขาก่อน โดยแสดงออกถึงความจริงใจในเรื่องการดูแล การให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่ดี เมื่อคนรักองค์กรแล้ว พวกเขาจะมีความสุขในการทำงาน และกลายเป็นตัวแทนที่คอยดูแลผลประโยชน์ทุกอย่างให้องค์กร”

ซึ่งการแสดงออกถึงความรักที่มีต่อพนักงานก็มีหลากหลายวิธี แต่ทุกวิธีตั้งอยู่บนหลักคิดที่อยากให้พนักงานรับรู้ว่าการให้เกียรติจากองค์กร ซึ่งคุณสมบัติสำคัญที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมีนั่นก็คือ



• ตรงต่อเวลา

จินาเชื่อว่าการตรงต่อเวลาเป็นพื้นฐานอันดับแรกที่จะทำให้คนเราทำทุกอย่างได้อย่างถูกต้อง และเป็นการให้เกียรติคนอื่น ดังนั้น เมื่อมีการนัดหมายหรือประชุมอะไรก็ตาม ผู้บริหารทุกคนใน GTH จะมาตรงเวลา ส่วนพนักงานที่มาสาย แม้ว่าจะไม่โดนตำหนิ แต่พอเห็นผู้บริหารปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง พนักงานก็จะได้ซึมซับทีละเล็กทีละน้อยจน

เอาเป็นแบบอย่าง และพยายามปรับตัวจนกลายเป็นคนตรงต่อเวลาในที่สุด

• ให้ความเท่าเทียม

ในการจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ให้เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็น GTH สัมพันธ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมการแข่งขันกีฬาากลางแจ้งที่จัดขึ้นปีละครั้งเพื่อให้พนักงานทุกฝ่ายได้ใช้ร่างกาย ความคิด และความสามัคคี ในการแก้ไขปัญหาหรือโจทย์ที่ตั้งขึ้น หรือการ

Workshop ประจำปี ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมนอกสถานที่ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสานสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้และสร้างคน พนักงานทุกตำแหน่งจะมีโอกาสได้เข้าร่วม ไม่ว่าจะ เป็นตำแหน่งใหญ่อย่างประธานบริหารหรือพนักงานตัวเล็กๆ อย่างแม่บ้านหรือ րປկ.

พิชานุช อิกหาญ (พริก) ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับภาพยนตร์

(Senior Merchandise Manager)

ได้พูดถึงเรื่องนี้ไว้ว่า

“

ที่นี้ไม่มีการแบ่งชั้นกันว่าคนนี่ CEO คนนี้ผู้บริหาร คนนี้พนักงาน คนนี้แม่บ้าน แม่บ้านก็ยังไปเที่ยวต่างประเทศกับเราเลย ทุกคนได้รับการดูแลเหมือนกัน สวัสดิการเหมือนกัน เจ้านายก็ไม่เคร่งเครียดทำให้ชอบบรรยากาศการทำงาน

”



• ตั้งใจฟัง

ทุกวันพุธ เวลา 10.00 น. ที่ GTH ผู้บริหารจะขออนัดประชุมพนักงานทุกฝ่ายเพื่อมาอัพเดทและรายงานสถานการณ์ความคืบหน้า รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของโปรเจกต์ที่แต่ละฝ่ายกำลังดำเนินการอยู่ ซึ่งถือเป็นโอกาส

สำคัญที่องค์กรใช้ในการรับฟังข้อมูลและความคิดเห็นของพนักงาน

ซึ่งจุดเด่นของกระบวนการประชุมที่ GTH คือการจัดลำดับคนพูดในที่ประชุม โดยให้พนักงานที่มีอายุน้อยหรือตำแหน่งเล็กที่สุดในแต่ละฝ่ายได้มีโอกาสพูดและ

แสดงทรรศนะก่อน และไล่ลำดับตามตำแหน่งขึ้นไปจนถึงผู้บริหาร เพราะจินามีความเชื่อว่า

“ถ้าตัวใหญ่คอมเมนต์ก่อน ตัวเล็กจะกล้าคอมเมนต์ได้ยังไงละ ซึ่งถ้าผู้บริหารเราตั้งใจฟังคนอื่น เวลาประชุม เราก็จะได้อะไรดีๆ ในขณะเดียวกัน พอเราเปิดโอกาสให้



เด็กได้คิดนอกกรอบ มันก็จะทำให้เขาเก่งขึ้นแล้วผลที่ตามมาคือพนักงานรุ่นใหม่ๆได้รับการพัฒนาและรู้สึกรักองค์กรที่ให้โอกาสพวกเขาได้คิด ได้พูด ได้ทำ”

ยกตัวอย่างเช่น การประชุมขอความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์โดยพนักงานรุ่นใหม่จะได้แสดงความคิดเห็นก่อนโดยไม่มีแรงกดดันจากพนักงานรุ่นใหญ่รวมถึงผู้บริหาร ผลที่ได้คือ พนักงานเหล่านี้จะรู้สึกว่าได้เป็นเจ้าของภาพยนตร์ร่วมกันในฐานะคนของ GTH เพราะพวกเขาได้แสดงความคิดเห็นตั้งแต่วางเริ่ม

ไพโรจน์ เทวินบุรานวงศ์ (โรเจอร์) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร (Director of Marketing & Communications Department) ได้เล่าถึงบรรยากาศในการประชุมเหล่านี้ให้ฟัง

“เขาจะเริ่มไต่ถามความคิดเห็นจากคนที่อายุน้อยที่สุด ไล่ไปถึงคนอายุเยอะที่สุด ซึ่งมันก็มีบ่อยมากที่ผู้ใหญ่เห็นต่างจากเด็ก แต่มันจะไม่มี การตัดสินจากที่ผู้ใหญ่เห็นมากกว่า ผู้ใหญ่ก็เสียงหนึ่ง เด็กก็เสียงหนึ่ง ไม่ใช่เสียงข้างมากด้วยนะ แต่ทุกเสียงมีประเด็นที่หยิบยกขึ้นมา เช่น สีสแบบนี้คนไม่ชอบ ฟอนท์แบบนี้คนอ่านไม่เห็น สุดท้ายแล้วคนทำงานก็จะนำเอาคอมเมนต์แต่ละอย่างไปทบทวนและปรับปรุงงานของตัวเอง”

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กระบวนการประชุมของ GTH ได้ผลเป็นอย่างดี คือ การปลุกฝังเรื่องของการมีน้ำใจเป็นนักกีฬา ผู้บริหารจะไม่เคยมีปัญหาที่ต่อเนื่องจากความขัดแย้งในห้องประชุม แม้ว่าจะขัดแย้งกันในเรื่องงานมากแค่ไหน แต่ภายหลังการประชุมก็จะไม่กระทบความสัมพันธ์ส่วนตัว เป็นเหตุให้พนักงานเห็นเป็นแบบอย่างเมื่อถึงเวลาประชุมจึงสามารถถกเถียง หรือกันได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีปัญหาความสัมพันธ์ส่วนตัวในภายหลัง

• ให้โอกาสในการตัดสินใจ

การมอบความไว้วางใจ และให้เกียรติพนักงานในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญๆ นั้น เป็นจุดเด่นที่ GTH มุ่งมั่นทำตั้งแต่เริ่มต้นบริษัท องค์กรแห่งนี้เชื่อว่า การได้ลองผิดลองถูกจะทำให้คนทำงานได้เรียนรู้ และมีประสบการณ์กล้าแกร่งขึ้น แม้ว่าการทำงานโปรเจกต์ต่างๆ จะไม่ได้ตัดสินใจถูกต้องทุกครั้ง แต่การฝึกคนให้กล้าตัดสินใจนั้นสำคัญกว่า เพราะองค์กรแห่งนี้ปลุกฝังกันมาตั้งแต่รุ่นบุกเบิกให้สร้างคนที่แข็งแกร่งเพียงพอในการนำพาองค์กรต่อไปได้จากรุ่นสู่รุ่น

• ไม่ยอมแพ้

ทุกครั้งที่ GTH ประสบกับภาวะวิกฤต อาทิเช่น ภาพยนตร์ไม่ได้รับการตอบรับที่ดี เกิดกระแสต่อต้าน หรือเกิดเรื่องทุกข์ใจใน

ที่ทำงาน ทำให้บรรยากาศขุ่นมัว เศร้าหมอง องค์กรแห่งนี้จะไม่มีการโทษกันว่าใครหรือฝ่ายไหนเป็นคนผิดพลาด แต่จะช่วยกันหาทางแก้ไข โดยสิ่งที่คอยหล่อเลี้ยงจิตใจของพนักงานในช่วงเวลาแบบนี้ คือการให้กำลังใจซึ่งกันและกัน โดยผู้บริหารที่แบกความรับผิดชอบสูง ผู้ซึ่งรู้สถานการณ์ของบริษัทดีที่สุด มีหน้าที่ให้กำลังใจและพยายามทุกวิถีทางให้บรรยากาศขององค์กรดีขึ้น แม้ว่าภายในจะเครียดมากแค่ไหนก็ตาม ซึ่งจินาให้ข้อสรุปว่า

“ถ้าเกิดวันไหนหนังขาดทุนบรรยากาศในออฟฟิศจะเหมือนคนอกหักเลย เพราะการทำหนังให้ได้เงิน กับไม่ได้เงิน มันก็เหนื่อยเท่ากัน ใช้เวลาเท่ากัน แต่การทำธุรกิจแบบนี้ เป็นสิ่งที่เรายอมรับมาตั้งแต่ต้นที่โดดเข้ามาอยู่แล้ว เพราะฉะนั้น เวลาผิดพลาดอย่าโทษกันเด็ดขาด

“เราคิดว่าไม่ว่าเกิดอะไรขึ้นมา ถ้าเราคิดบวกมันก็ไปบวก ถ้าเราคิดลบ มันก็ไปลบ เหมือนการตีกอล์ฟ ถ้าคิดว่าตีตกร้าก็ตกร้า ปีที่แล้วได้ 100 ล้าน ปีนี้อาจจะไม่มีหนัง 100 ล้านเลยก็ได้ แต่เราเรียนรู้มาตลอดแล้วว่าไม่มีอะไรที่ได้ไปตลอด มีสมหวังก็มีผิดหวัง หลายคนชอบถามว่าทำไมจิติเอชทำแต่หนังฟิลิปปินส์ คำตอบคือก็เพราะเราเป็นแบบนี้ไง งานที่นี้อาจจะไม่ใช่งานคว่ำดาว แต่ทุกคนที่ทำงานจะทำมันด้วย

ความรัก ความสบายใจ ที่สำคัญคือต้องมีความสุข หนึ่งถึงจะจบบริบูรณ์”

ในวันที่ GTH ประสบความสำเร็จไปอีกขั้น สามารถก้าวขึ้นไปสร้างประวัติศาสตร์ให้กับวงการภาพยนตร์ไทย เป็นบทพิสูจน์ที่แสดงให้เห็นว่าความรักที่องค์กรแสดงออกต่อพนักงานนั้นไม่สูญเปล่า เพราะเมื่อพนักงานรับรู้ได้ถึงความรัก ความจริงใจ ที่องค์กรมีให้พนักงานก็จะตอบสนองออกมาในรูปแบบของการตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่ เกิดเป็นความสุขที่ได้ทำงานร่วมกัน

ซึ่งผลลัพธ์จาก “ความสุข” ในที่ทำงาน ก็ก่อให้เกิดสิ่งสำคัญ 3 อย่างในองค์กรนี้ คือ

1. ต้นแบบ

การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างในเรื่องของการดูแล เอาใจใส่พนักงานอันเป็นพื้นฐานแห่งความสุขในที่ทำงาน การเป็นหัวหน้าที่ให้เกียรติ ตั้งใจฟังสิ่งที่ลูกน้องพูด การให้กำลังใจเมื่อยามลำบาก สิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงาน รวมถึงผู้บริหาร GTH รุ่นบุกเบิกกลายเป็นต้นแบบที่ชัดเจนที่สุด เมื่อมีพนักงานรุ่นใหม่เข้ามาสานต่อการทำงานพวกเขาก็จะยึดถือแนวทางเหล่านี้ในการนำไปปฏิบัติกับลูกน้องพวกเขาในอนาคต

ไฟโรจน์ได้เล่าถึงลักษณะเฉพาะของผู้บริหารที่นี้ว่า

“คาแรกเตอร์ของผู้ใหญ่ที่นี่จะเป็นคนมองโลกในแง่บวก เป็นคนไม่เรื่องมาก เป็นคนเก่งที่ถ่อมตัว อย่างพี่แก้งเขาอัจฉริยะมาก แต่เขาถ่อมตัวมาก ผมเด็กกว่าเขา แต่เขาก็ให้เกียรติผม ทำตัวเองตัวเล็กมาก หรือคุณวิสูตรซึ่งอยู่ในธุรกิจหนังไทยมา 30-40 ปีก็เหมือนกัน ผู้ใหญ่ที่นี่เวลานัดประชุมแล้วเด็กไม่ว่าง ผู้ใหญ่เปลี่ยนคิวตามเด็กนะ สมมติมีประชุมบ่ายสาม แต่ผมติดนัดลูกค้า เขาก็จะหาคิวใหม่ที่ทุกคนลงตัวที่สุด โดยไม่บังคับว่าผมต้องไปยกเลิกนัดลูกค้า”

พี่ซานซ์ได้พูดถึงบรรยากาศขององค์กร GTH ให้ฟังว่า

“แต่ก่อน GTH คนน้อย คนหนึ่งคนต้องทำงานหลากหลายมาก แต่ที่ยังมีทัศนคติต้องงานดี เพราะนายมีผลกับเราอย่างมาก ผู้บริหารคิดดีทำดี ไม่เคยด่ากัน ถ้ามีปัญหาเวลาคุยกัน เคลียร์กันจะคุย แบบพี่แบบนี้เอง”

2. ช่วยกัน

จากการปฏิบัติตนเป็นต้นแบบของหัวหน้างานหรือผู้บริหาร ทำให้พนักงานรุ่นใหม่เข้าใจและตระหนักเสมอว่า พวกเขาคือคน GTH ที่มีความภาคภูมิใจในองค์กร และจะช่วยกันทำงาน ถ้าต้องตกอยู่ในสถานการณ์ยากลำบาก พวกเขาก็จะรักกัน และมีน้ำใจต่อกัน ช่วยเหลือกันโดยไม่แบ่งฝ่าย

ตัวอย่างของการช่วยเหลือกันในการทำงานของ GTH คือกรณี

การแถลงข่าวเปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง “รัก 7 ปี ดี 7 หน” ภาพยนตร์ฉลองครบรอบ 7 ปีของ GTH ซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องจากหลายฝ่าย มีนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาร่วมงานมากมาย ทำให้มีแฟนคลับติดตามมาด้วยจำนวนมาก ในขณะเดียวกันจำนวนคนที่ดูแลกลับมีไม่มาก แต่ก็สามารถจัดงานได้อย่างราบรื่น

อรอุมาในฐานะพรีอาร์ทได้เล่าถึงบรรยากาศการทำงานช่วงนั้นว่า

“ตอนแรกที่รู้ว่าจะไปทำงานนี้ เราก็... โห นักแสดงเยอะมากเลย จะแบ่งงานกันยังไง ละเนี่ย เราก็มานั่งคุยกันว่างานนี้ใครจะดูแลตรงไหน ใครจะรับผิดชอบตรงไหน ใครจะคอยซัพพอร์ตตรงไหน เราก็ต้องมานั่งคุย ไม่ใช่แค่คุยว่างานจะสำเร็จยังไง แต่คุยว่าระหว่างงานจะมีปัญหาอะไร ในระหว่างทางนั้น ปัญหาที่คิดไว้มันจะเกิดขึ้น ถ้ามันเกิดขึ้นแล้วเราจะแก้มันยังไง ใครจะเป็นคนช่วยแก้ ใครจะเป็นคนตัดสินใจ มันก็จะมีมาเรื่อยๆ เป็นบททดสอบให้เราแก้ปัญหา

“งาน PR มันคือการแก้ปัญหาคอยบาลานซ์ความต้องการของนักข่าว นักแสดง ทีมงาน ผู้บริหาร เป็นคนที่อยู่ตรงกลางแล้วมีคนรายล้อมเต็มไปหมด เพราะฉะนั้นทีมเวิร์คเป็น



สิ่งสำคัญมาก เหมือนเวลาเราทำงานแล้วแก้ไม่ได้ แต่พอหันไปเห็นเพื่อนร่วมงานที่เป็นพี่น้องกัน เราแค่ส่งสายตา แค่อธิบายต่าปึงๆ ว่าตรงนี้มีมันเกิดปัญหาอะไรไปแก้ให้หน่อย เราอยู่ตรงนี้เราไปไม่ได้ ถ้าเป็นคนที่มีใจกันมันจะง่ายมาก เพราะฉะนั้น ทีมเวิร์คมันสำคัญ ถ้าแค่มองตาก็รู้ใจกัน ทุกอย่างก็จะคลี่คลายไปในทางที่ดี พอสุดท้ายแล้วก็สำเร็จจนได้”

3. สร้างคน

การให้โอกาสเป็นปัจจัยสำคัญของการสร้างคน องค์กรแห่งนี้ถ่ายทอดแนวคิด แนวทางการบริหาร แนวทางการทำงานจากรุ่นสู่รุ่นได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีต้นแบบที่ดี มีการช่วยเหลือกันอย่างกว้างขวางจากทุกฝ่าย ทำให้พนักงานได้รับโอกาสในการทำงานชิ้นใหม่ที่ไม่เคยได้รับหรือหากต้องตัดสินใจครั้งสำคัญก็จะมั่นใจได้ว่าตนเองไม่ได้รับผิดชอบเพียงผู้เดียว เพราะยังมีเพื่อน มีพี่ ที่จะคอยช่วยเหลือเมื่อเกิดความผิดพลาด หรือไม่ได้เป็นไปอย่างที่หวังไว้ โดยไม่มีการซ้ำเติมหรือลงโทษ มีเพียงการให้กำลังใจ และหาทางช่วยกันแก้ไขปัญหาเท่านั้น พี่ชานูชเล่าถึงวิธีการสร้างคนของที่นี่ว่า

“เขาสอนให้เราสร้างคน สร้างจากคนที่ยังไม่รู้ ให้คำตอบแทนที่ไม่โอเวอร์จนเกินไป ผลตอบแทนจะได้ตามที่ผลงานที่ทำ แล้วจึงค่อยพัฒนาต่อไปเรื่อยๆ”

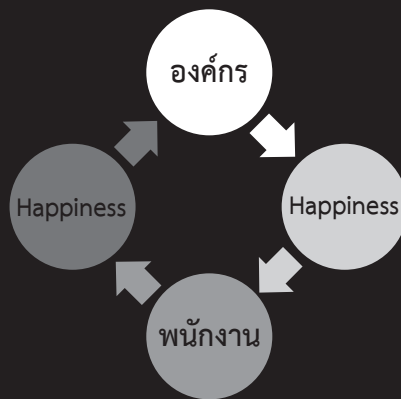
หรืออย่างกรณีของฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร (Marketing & Communications Department) ซึ่งนอกจากหลักการทั่วไป ในการเลือกคนให้เหมาะสมกับงานแล้ว จะใช้วิธีพาลูกน้องที่อยากพัฒนาตัวเองไปติดตามเผ่าดูการทำงานของรุ่นพี่ในแผนก จนเห็นกระบวนการทำงานที่ชัดเจน รู้ว่าต้องทำอย่างไร มีข้อควรระวังเรื่องไหนแล้วจะแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าอย่างไร เมื่อผ่านการติดตามไปพบลูกค้ากับรุ่นพี่ในแผนกจนเข้าใจกระบวนการทำงานแล้ว หัวหน้าแผนกจึงปล่อยให้ไปพบลูกค้า พร้อมกับมอบอำนาจการตัดสินใจ

ไพโรจน์ขยายความราย

ละเอียดในส่วนนี้ให้ฟังว่า

“ช่วงสองปีแรกผมลุยคนเดียวเลยนะ มีลูกน้อง แต่ลูกน้องไม่ได้เป็นคนเข้าไปเจอลูกค้า แต่ช่วงหลังจะพาลูกน้องไปเจอลูกค้าด้วย แล้วก็มอบหมายงานไปเลย พอติดตอนนี้นั้นมีหลายอย่างทั้ง movie, non-movie, ละคร คอนเสิร์ต งานอีเวนท์ ก็จะมีการแบ่งว่าใครดูแลอะไร คนที่ดูแล non-movie ก็ต้องเลือกคนที่รู้งานขายเยอะหน่อย มีคอนเน็คชั่นซึ่งส่วนใหญ่ก็อ้างอิงจากสิ่งที่เคยทำแล้ว แล้วลองเอาไปปรับเพื่อที่จะไปขายลูกค้า ซึ่งผมจะบอกทุกคนว่าเราไม่ขายสินค้าแล้ว เราจะเลือกไปหาเฉพาะคนที่เขาแมตช์กับเราจริงๆ”

“Give (&) Take Happiness”



เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับความสุขของพนักงาน ผลลัพธ์ที่เห็นเด่นชัดที่สุดก็คือ พนักงานแต่ละคนเกิดความรักและภาคภูมิใจในองค์กร เมื่อถึงเวลาที่ยากลำบาก พวกเขาจะช่วยกันฝ่าฟันอุปสรรค ส่วนผลลัพธ์ในระยะยาวก็คือความสำเร็จขององค์กรนั่นเอง ดังที่จินาสรุพบว่า “GTH ดำรงความสุขอยู่ได้ เพราะคนทำงานรักกัน และพร้อมจะก้าวผ่านความทุกข์ไปด้วยกัน”

นั่นเป็นข้อพิสูจน์ว่า เมื่อใดก็ตามที่องค์กรมีโครงสร้างการให้ความสุขซึ่งกันและกันอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง องค์กรแห่งนั้นจะสามารถประสบความสำเร็จได้ในแบบที่ GTH กำลังเป็นอยู่นั่นเอง

Rang Rich

องค์กรเรื่อง||ส่งความสุข

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, แพรวพรรณ พัทธยุดิ, ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



บทนำ

“ความสุข”

อันเป็นผลผลิตจากการถือกำเนิดขึ้นของรายการสร้างสรรค์สังคมรายการหนึ่งที่น่าเสนอเรื่องราวผ่านองค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ Thai PBS มีที่มาจากคนกลุ่มหนึ่งที่รวมตัวกันโดยใช้ชื่อว่า “แรงฤทธิ์ (Rang Rich)¹” เป็นที่มาของเรื่องเล่าองค์กรแห่งความสุขฉบับนี้

สาเหตุที่โครงการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กรแห่งความสุข (Happy HOME Model) คัดเลือกองค์กรแห่งนี้เพื่อนำมา

เป็นกรณีศึกษาการสร้างองค์กรแห่งความสุขนั้น เราพิจารณาจากผลลัพธ์ที่องค์กรแห่งนี้มอบให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder) องค์กรแห่งนี้ได้สร้างรอยยิ้ม มิตรภาพ ความปลื้มปิติ ความภูมิใจในบ้านเกิด การแบ่งปันความสุขจากคนที่มีความเจริญทางจิตใจไปยังคนเมืองที่แสวงหาสิ่งเหล่านี้ ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นถึงความจริงจังและจริงใจในการสร้างสรรค์ผลงานขององค์กร

ดังนั้นหากจะมีองค์กรใดที่พยายามฉายภาพของความสุขไปทั่วประเทศไทยแล้ว ไฉนเลยเราซึ่งทำหน้าที่เฟ้นหา และสร้างสรรค์องค์กรแห่งความสุข จะไม่เลือกองค์กรแห่งนี้เพื่อใช้

LL

หากจะมีองค์กรใด
ที่พยายามฉายภาพ
ของความสุขไปทั่ว
ประเทศไทยแล้ว
ไฉนเลย เราซึ่งทำ
หน้าที่เฟ้นหา
และสร้างสรรค์
องค์กรแห่งความสุข
จะไม่เลือก
องค์กรแห่งนี้

LL

¹ ศึกษาข้อมูลองค์กรเพิ่มเติมได้จาก <http://goo.gl/Lvuysl> (ชื่อย่อของหน้าเพจบริษัทแรงฤทธิ์ จำกัด)



เป็นกรณีตัวอย่างให้คนในสังคม
องค์กรได้เห็นว่าการที่ปัจจัยที่สำคัญ
ในการสร้างองค์กรแห่งความสุขนั้น
คือ ความจริงจัง และ ความจริงใจ...

กำเนิดจากหนังกลางแปลง²

“เมืองอยู่สุข”

คือ โจทย์การทำรายการที่ทีมงาน
“แรงฤทธิ์ (RangRich)” ได้
รับจาก Thai PBS บริษัทแรงฤทธิ์
ซึ่งนำโดย ป้าแดง (สมชัย พุทธ
จันทร์) ได้ตีความโจทย์โจทย์ดัง
กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า

“เมืองอยู่สุขไม่จำเป็นต้องเอา
ของดีของแต่ละเมืองมา
ประชันกัน มาแข่งกัน
ผมจึงคิดอีกรูปแบบหนึ่ง
ผมชอบบรรยากาศ
แบบหนังกลางแปลง
ผมคิดว่าบรรยากาศแบบนั้น
น่ารักดี
อย่างน้อยก็ทำให้คนในเมือง
หรือชุมชนนั้นได้มารวมตัวกัน
และภายในเวลา 2-3 ชั่วโมงนั้น
เราจะไม่ได้มีความทุกข์อะไร
เลย เหมือนในตอนเด็กผมเคยได้ไป
อยู่กับบรรยากาศแบบนั้น
ผมรู้สึกว่ามันเป็นบรรยากาศ
ที่มีแต่ความสุข นอกจากหนังมา
ฉายแล้ว ยังมีริบทต่างๆ เช่น อา
แปะปั่นน้ำตาล รด มีข้าวโพดคั่ว
ผมคิดถึงบรรยากาศแบบนั้น คิด
ว่า แล้วทำไมเราไม่ทำรายการที่เป็น
แบบนี้ ซึ่งก็เป็นเมืองอยู่สุขได้”

และที่สำคัญ การสร้างหนัง
ถือเป็นผลงานศิลปะอย่างหนึ่ง
ซึ่งต้องใช้ศาสตร์มากมายหลาย
แขนงในการทำหนังสักเรื่องหนึ่ง
ให้เป็นผลสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็น
ศาสตร์ทางด้านการแสดง การ
ถ่ายภาพ การดนตรี การสร้างฉาก
จัดองค์ประกอบศิลป์ การสื่อสาร
การประสานงาน การจัดการ ฯลฯ
ซึ่งมันเอื้อให้เกิดโอกาสกับผู้คน
จำนวนมากมายภายในเมืองนั้นๆ
ได้มาร่วมกันสร้างสรรค์ บันดาล
ให้ผลงานชิ้นนี้เป็นผลสำเร็จ
รายการนี้จึงถือเป็นผลงานศิลปะ
ที่เกิดจากความสามารถของทุกคน
ทั้งคนเมืองใหญ่ และคนในชนบท
อย่างแท้จริง

หลังจากได้รับการจุดประกาย
แนวคิดของรายการเมืองอยู่สุข
จาก ป้าแดง ทีมงานแรงฤทธิ์ได้
ร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบรายการ
ออกมา จนกระทั่งได้รูปแบบรายการ
ที่สร้างคุณประโยชน์ให้กับสังคม
ที่ชื่อว่า “(เมืองเรืองแสง City of
Glow)”³

“แทนที่จะเอาหนังจากกรุงเทพฯ
ที่ดาราดังๆ เขาแสดงกันไปฉายให้
ชาวบ้านดูแล้วมีความสุข
ทำไมเราไม่สร้างหนังเหล่านั้น
ขึ้นมาเอง โดยให้เขาเล่นเอง ให้เขา
ได้ดูตัวเอง
ทำให้คนในเมืองนั้นได้มาร่วมกัน

ทำงาน เป็นการทำอะไรที่มีความสุข
ในการทำ
สุดท้ายคนเมืองนั้นก็ได้มาดูหนัง
แล้วก็มีความสุขที่ได้ดูตัวเอง
มีความสุขที่ได้เห็นบ้านเมืองตัวเอง
ไปปรากฏอยู่บนจอหนัง
(กลางแปลง) จอทีวี”

ป้าแดง สมชัย พุทธจันทร์, ผู้กำกับ

เมืองเรืองแสง มีเจตนารมณ์
ในการสื่อสารให้ผู้ชมได้เห็นว่า
ชาวเมืองที่ได้ชื่อว่าอยู่สุขจะ
เปล่งแสงออกมา เป็นแสงที่
สามารถสัมผัสได้ถึงความสุขที่
มีอยู่จริงของคนในเมืองนั้น และ
เมื่อผู้ชมดูจบจะรู้สึกได้ว่าตนเอง
ก็เปล่งแสงแห่งความสุขออกมา
เช่นเดียวกัน

เมืองที่มีอะไรโดดเด่น จะเปล่ง
ประกายออกมาให้เห็นได้ชัดเจน
อย่างที่บ้านนาตันจัน จ.สุโขทัย⁴
คนเปล่งแสงให้เราเห็นมาก
เหลือเกินขนาดแก่แล้วยังทำให้เรา
รู้สึกว่าสนุกสนาน เรามีความสุข
เขาคูยก่ง
มีเรื่องราวประวัติชีวิตน่าสนใจ
เราก็รู้สึกว่ามันเหมือนกับเป็นแสง
สว่างอย่างหนึ่ง
และชื่อรายการนี้เป็นเชิง
สัญลักษณ์ คือ คนดูแล้วนอกจาก
ดูว่าเมืองนั้นเขาเรืองแสงยังไง
ตัวเราดูจบแล้วมันก็รู้สึก
เหมือนแสงสว่างมันเปล่งประกาย
มาจากในตัวเราด้วย

² หนังกลางแปลง หมายถึง หนังเรที่มีเจ้าภาพว่าจ้างไปฉาย และนิยมให้ดูฟรี ซึ่งโดยทั่วไปจะฉายเพียงสองเรื่อง มีหนังใหญ่เรื่องหนึ่งและหนังแถมเรื่องหนึ่ง
หนังขายยา หรือหนังกลางแปลง จึงกลายเป็นความบันเทิงของเด็กและผู้ใหญ่ เพราะไม่ต้องใช้จ่ายอะไรเลย จะมีบ้างก็เพียงค่าขนมขบเคี้ยวซึ่งมีเงินติดตัวไปแค่
สลึงหรือห้าสลึงก็เพียงพอที่จะได้ชมภาพยนตร์ ที่มา: “ภาพยนตร์ไทย : พัฒนาการความคิดด้านศิลปวัฒนธรรมในสังคมไทย”, โดย นพดล อินทร์จันทร์ จาก วารสารสถาบัน
วัฒนธรรมและศิลปะปีที่ 13 ฉบับที่1(25)กรกฎาคม-ธันวาคม 2554 (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³ ปัจจุบันรายการออกอากาศมาแล้ว 2 ซีซั่น จำนวน 26 ตอน ศึกษาข้อมูลรายการเพิ่มเติมได้จาก <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

⁴ รับชมรายการย้อนหลัง ตอน มนุษย์...ผู้ไม่หยุดสังเคราะห์แสง บ้านนาตันจัน จ.สุโขทัย ได้จาก <http://clip.thaipbs.or.th/home.php?vid=5443&ap=flase>

ความสุขในแต่ละตอน

อาจกล่าวได้ว่าเรื่องราวในแต่ละตอนของเมืองเรื่องแสง ร้อยเรียงกันออกมาในลักษณะ Drama Documentary⁵ เนื้อหารายการนำเสนอผ่านการเดินทางของคนเมืองที่เจริญทางวัตถุไปยังเมืองเรื่องแสงที่มีความเจริญทางจิตใจ และได้พบกับเรื่องราวที่มีประโยชน์กับชีวิตตนเองซึ่งหาไม่ได้จากเมืองที่มีความเจริญทางวัตถุเพียงอย่างเดียว

“ถ้าอย่างป็นกรุงเทพฯ หรือพื้นที่ในเขตเมืองเชียงใหม่ เรียกว่า เจริญ แต่เมื่อครั้งที่เราไปเชียงใหม่ เราขึ้นดอยไปหลายสิบกิโล เพื่อหาเมืองที่เขามีความเจริญทางด้านอื่นๆ ซึ่งเราสนใจตรงนี้ว่า จะทำอะไรให้คนได้เรียนรู้ และอย่างน้อยทำให้คน มีความเจริญทางด้านจิตใจ เจริญทางด้านความคิด ”

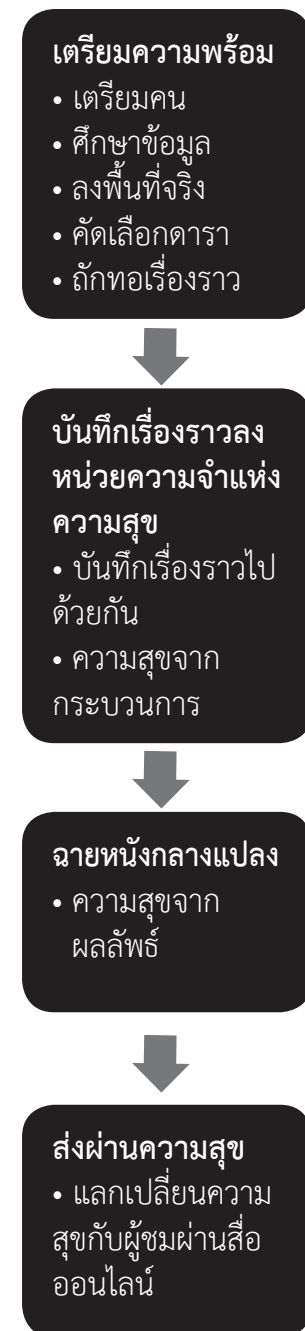
ป่าแดง สมชัย พุทธจันทร์, ผู้กำกับ
วลีเปิดเรื่องราว

ก่อนที่เรื่องราวความสุขของคนเมืองที่เจริญทางจิตใจจะถูกคัดลอก นำมาเรียบเรียง และถ่ายทอดผ่านรายการเมืองเรื่องแสง วลีเปิดเรื่องราวที่ชาวแรงฤทธิ์ไม่เคยลืม และตระหนักอยู่เสมอ

นั่น คือ ความจริงจัง และ ความจริงใจ ทั้ง 2 วลี อันเป็นจุดเริ่มต้นของเรื่องราวทั้งหมด สะท้อนไปยังทุกกระบวนการทำงานของชาวแรงฤทธิ์ และนั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้คนที่อาศัยอยู่ในเมืองที่แรงฤทธิ์ขนานนามว่าเมืองเรื่องแสงนั้นให้การยอมรับและร่วมมือร่วมใจกันถักทอเรื่องราวเพื่อบรรจุความสุขให้อยู่ในหน้าหนึ่งของเมืองเรื่องแสงในแต่ละตอน การแสดงออกของ 2 วลี นี้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับชาวเมืองเรื่องแสงเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรในกลุ่มอื่นๆ อันประกอบด้วย Thai PBS, ดาราแซกรับเชิญ, ผู้ชมรายการ และพนักงาน หากจะศึกษาว่าชาวแรงฤทธิ์แสดงออกถึงความจริงจัง และความจริงใจอย่างไร การเรียนรู้จากกรณีศึกษาการทำภาพยนตร์สร้างสุข “เมืองเรื่องแสง” ในส่วนของวิธีการ และกระบวนการทำงานขององค์กรแห่งนี้จะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจ และเห็นภาพของความสุขที่องค์กรแห่งนี้สร้างขึ้นเป็นอย่างดี ซึ่งภาพของกระบวนการทำงานขององค์กรแห่งนี้ไม่ได้สลับซับซ้อนแต่อย่างใด หากเพียงแต่ใส่ในของแต่ละกระบวนการถูกบรรจุลงไปด้วยความจริงจัง และความจริงใจเท่านั้นเอง

กระบวนการสร้างเมืองเรื่องแสง

กระบวนการทำงานของชาวแรงฤทธิ์ในการทำเมืองเรื่องแสงแต่ละตอนประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมความพร้อม การบันทึกเรื่องราวลงบนหน่วยความจำ การฉายหนังกลางแปลง และการส่งผ่านความสุขผ่านหน้าจอโทรทัศน์ แสดงดังภาพ



⁵ ภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ที่อ้างอิงจากเหตุการณ์ ที่มา: ที่มา: <http://dict.longdo.com/search/drama-documentary>



เตรียมความพร้อม

เตรียมคน

การเตรียมกำลังคนขององค์กรแต่ละแห่งย่อมต้องการพื้นฐานที่แตกต่างกันไป แต่สำหรับองค์กรแห่งความสุขนั้นต่างต้องการพื้นฐานคนนิสัยดีเข้ามาอยู่ในองค์กร ถึงกระนั้นการนิยามคำว่า “นิสัยดี” ของแต่ละองค์กรก็แตกต่างกันไป เช่นเดียวกันแรงฤทธิ์ก็ต้องการคนนิสัยดีเข้ามาร่วมงานกับองค์กร ด้วยธรรมชาติของแรงฤทธิ์ที่ผลงานต้องถูกถ่ายทอดออกมาผ่านกระบวนการที่อาศัยความร่วมมือร่วมใจจากหมู่มิตรหลายภาคส่วนทำให้นิยามคนนิสัยดีแบบแรงฤทธิ์เป็นดังนี้...

มีบุคลิก นิสัย ความรู้สึกลึกซึ้งพื้นฐานที่สามารถทำงานเข้ากับคนอื่นได้ และมีทัศนคติในการดำเนินชีวิต ทำกิจการงานในเชิงบวก

กำลังคนนิสัยดีของแรงฤทธิ์นี้จะมี “ความจริงใจ” เป็นรากฐานสำคัญในการทำงาน และ เมื่อก้าวเข้ามาร่วมงานในองค์กรแล้ว คนแรงฤทธิ์จะถูกบ่มเพาะให้เก่งขึ้นๆ ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญที่องค์กรนี้ใช้ในการพัฒนาความเก่งคือ

“ **การประลองความคิดอย่างสร้างสรรค์** ”

กระบวนการทำงานทุกขั้นตอนของแรงฤทธิ์จำเป็นต้องอาศัยการระดมสมอง เพื่อให้เกิดการตกผลึกทางความคิดที่ชัดเจน เพื่อให้งานแต่ละชิ้นออกมาโดนใจผู้ชม และตรงกับความต้องการขององค์กร และThai PBS มากที่สุด ทำให้คนที่นี่มีการประลองคมความคิด ต่อสู้กันอย่างดุเดือดในทุกวัน ผู้ชนะก็ได้รับการยอมรับจากเพื่อน ผู้ที่แพ้ก็ได้รับความเคารพ ผู้ชนะ และพยายามสร้างสรรค์ความคิดมาประลองกันใหม่ และผลพลอยได้ของการประลองกันนั้น คือ ความสนุก และความเก่งที่พัฒนาขึ้นโดยไม่รู้ตัว นอกจากนี้ความสัมพันธ์อันดีก็ก่อเกิดจากกระบวนการนี้เช่นกัน ดังที่ผู้นำขององค์กรได้กล่าวไว้ว่า

**ผมสนุกมาก มันส์ดี
ทำไม่ผมคิดไม่ได้
ทำไมเขาคิดได้
เขาเก่งมาก
แล้ววันหลัง
ผมจะได้คิดมาสู้ใหม่
นั่นคือ
วิธีคิดพื้นฐานของผม**



ที่มา: <http://goo.gl/LvuySl>
(ชื่อย่อของหน้าเพจบริษัทแรงฤทธิ์ จำกัด)

เมื่อความเก่งค่อยๆ ผลิดอกออกผลมาจากผู้คนที่มีความจริงใจกลุ่มนี้ แล้วบางส่วนของพวกเขายังขาดอยู่ คือ การพัฒนา “ความจริงจัง” ที่องค์กรจะปลูกฝังลงไปในกระบวนการทำงาน หรืออาจเรียกเป็นภาษาทางวิชาการที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายว่า “On the Job Training”

การศึกษากระบวนการทำงานของแรงฤทธิ์ จะช่วยให้สังคมได้เห็นว่าวิธีการทำงานที่ทำให้ได้มาซึ่งผลงานอันทรงคุณค่าขององค์กรนั้นมาจากกระบวนการบ่มเพาะความจริงจังเหล่านี้ลงไป เพื่อเป็นหนึ่งในบทเรียนให้องค์กรต่างๆ ได้เข้าใจว่าการอยู่ในฐานะหัวหน้าทีม หรือผู้บริหารองค์กร หากสามารถแสดงออกถึงความจริงจังลงไปในทุกกระบวนการทำงานแล้ว ผู้ตามหรือทีมงานของเราจะได้เห็นเป็นแบบอย่างและพัฒนาตนเองให้เก่งขึ้น และใส่ใจกับงานที่ทำมากยิ่งขึ้น อันเป็นผลดีต่อตัวพนักงาน และองค์กรอีกด้วย

ศึกษาข้อมูล

การทำรายการในแต่ละตอนทีมแรงฤทธิ์เริ่มขั้นตอนการศึกษาข้อมูลโดยมีกฎในการคัดเลือกเมืองที่จะนำมาสร้างสรรค์ และถ่ายทอดให้เป็นเมืองเรื่องแสง ไว้ว่า...

**ต้องเริ่มต้นจากคนก่อน
ไม่ว่าจะสถานที่ที่จะสวยงาม
แค่ไหน ถ้าดูในองค์ประกอบ
ของรายการ
องค์ประกอบใหญ่ที่เล่าเรื่องที่
ทำให้คนรู้สึก
จากรายการนี้มากที่สุด
คือ “คน”**

เมื่อการตั้งต้นอยู่ที่การหา “คน” ในเมืองเรื่องแสงก่อน ทีมแรงฤทธิ์จึงพยายามรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการค้นหาจากหนังสือต่างๆ สื่อออนไลน์ การพูดคุยทางโทรศัพท์กับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเมืองหรือชุมชนเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ประชาชนชาวบ้าน แม้กระทั่งเยาวชนที่มีส่วนร่วมอยู่ในชุมชนนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลของเมืองที่คนอยู่สุขจริงๆ อย่างน้อยคนเมืองที่ติดต่อด้วยทั้งหมดต้องเป็นคนที่มีชีวิตตัวเองมีความสุข และพร้อมที่จะมาถ่ายทอดเรื่องราวออกมาให้สังคมได้รับรู้ความสุขนั้นไปด้วยกัน

“เราต้องทำงานกันบนโต๊ะ ทำงานกันหน้าคอม ทำงานทางโทรศัพท์ให้เยอะที่สุด แล้วก็มันใจที่สุด จะว่าเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ไหม? คงไม่หรอก เราก็ต้องเผื่อใจว่าไปแล้วคนอาจจะไม่ได้

สถานที่มันอาจจะไม่ Work หรือของมันอาจจะไม่มีให้เราเห็นแล้วจริงๆ เราก็ต้องเผื่อใจไว้ แต่ต้องมีเกิน 70 เปอร์เซ็นต์ค่ะ ถึงจะนั่งรถออกไปกัน
คุณไหนดึง สมลรัตน์ ทิววรรณกร, โปรวดีวเซอร์

ลงพื้นที่จริง

เมื่อมันใจแล้วว่าเมืองเรื่องแสงมีเป้าหมายอยู่ที่คน และเรื่องราวที่มีความสุขอยู่จริง ขั้นตอนต่อไปเป็นวางแผนในการลงพื้นที่เพื่อพบกับคนเมืองเรื่องแสงตัวจริง เสียจริง โดยการวางแผนนั้นต้องมีเป้าหมาย ลำดับขั้นตอนต้องพบใคร สถานที่ไหน และกำหนดผู้ประสานงานอย่างชัดเจน มีการกระจายข่าวบอกกล่าวกับคนในชุมชนไว้ก่อนที่จะลงไปในพื้นที่จริง เนื่องจากงบประมาณและระยะเวลาจำกัด ทีมงานสำรวจจึงต้องทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

การลงพื้นที่จริงนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจเมืองในทุกมิติ ด้วยตา ด้วยสมอง และด้วยหัวใจ จากนั้นจึงทำการคัดเลือกชาวเมืองที่มีความสุข และพร้อมจะถ่ายทอดเรื่องราวความสุขนั้นออกมา พร้อมกับบันทึกเรื่องราวจากคำบอกเล่าของผู้คนเหล่านี้ไว้ใช้สำหรับการ



Survey # 1

ที่มา: <http://goo.gl/Lvuysl>
(ชื่อย่อของหน้าเพจบริษัทแรงฤทธิ์ จำกัด)

เขียนบทภาพยนตร์ในขั้นต่อไป หากเมืองไหนที่ผู้คนมีความสุข และมีเรื่องราวให้ถ่ายทอดจริง เมืองนั้นก็ได้รับการคัดเลือก ให้ผลิตภาพยนตร์เมืองเรืองแสง แต่ในบางกรณี (ซึ่งเกิดน้อยมาก) แม้ว่าจะทำข้อมูล และพูดคุยกับผู้คนไว้มากมายเพียงไหน เมื่อไปสำรวจพื้นที่จริงกลับไม่เป็นอย่าง ข้อมูลที่ศึกษาไว้ หากเกิดกรณี เช่นนี้ ทีมงานแรงฤทธิ์ก็จำเป็นต้องยกเลิกกระบวนการผลิต ภาพยนตร์เมืองเรืองแสงในเมืองดังกล่าวไป เพื่อรักษามาตรฐานของรายการเอาไว้

คัดเลือกดารา

ภายหลังจากการสำรวจพื้นที่จริง และมีการบันทึกเรื่องราวความสุขของคนเมืองไว้อย่างเต็มเปี่ยมแล้ว ขั้นต่อมาเป็นการคัดเลือกดาราเพื่อรับบทบาทเป็นคนเมืองเจริญทางวัตถุที่จะเป็นผู้ดำเนินเรื่องราวในการเดินทางเข้าไปสัมผัสความสุขของชาวเมืองเรืองแสงผู้มีความเจริญทางจิตใจ และทำให้ตนเองเรืองแสงความสุขออกมาด้วย โดยเกณฑ์การคัดเลือก มี 2 ข้อ ดังนี้

ข้อแรก “เรื่องราวชีวิตของดาราสอดคล้องกับเรื่องราวของเมืองเรืองแสงตอนนั้นๆ”

ตัวอย่างการอธิบายที่ชัดเจน



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

ที่สุดของเกณฑ์ข้อนี้ ได้แก่ เมืองเรืองแสงตอน “ปันสุขสองน้ำ”⁶ ซึ่งเล่าถึงบรรยากาศงานป็นจรรย์านที่จังหวัดอุทัยธานี นักแสดงที่เหมาะสมคนหนึ่ง คือ คุณ เป้ อารักษ์ อมรศุภศิริ ซึ่งรัก(ษ์)การขี่จักรยานเป็นชีวิตจิตใจ ลงทุนกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการขี่จักรยานเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงการเลือกดาราที่เข้ากับเรื่องราวความสุขของเมืองจะช่วยให้สะท้อนความสุขของเมืองนั้นออกมาได้อย่างจริงจัง

ข้อสอง “ดาราต้องเห็นคุณค่าของภาพยนตร์เมืองเรืองแสง”

ดาราที่เหมาะสมกับรายการต้องเป็นดาราที่เข้าใจ และเห็นคุณค่าของงานชิ้นนี้ก่อน เนื่องจากงบประมาณในการจ้างดาราในแต่ละตอนมีไม่มากนัก หากเทียบ



กับอัตราเดียวกับที่เหล่าดาราได้รับจากการทำงานชิ้นอื่น อีกทั้งการทำงานในแต่ละตอนต้องใช้เวลา และพบกับความลำบากพอสมควร ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และไม่มีทีมงานมากมาย ดังเช่นกองถ่ายภาพยนตร์ทั่วไป หากดาราไม่เห็นคุณค่าของงานชิ้นนี้จริงๆ คงไม่เลือกรับงานชิ้นนี้ ซึ่งเป็นการพิสูจน์ได้เลยว่า ดาราทุกคนที่มาร่วมในภาพยนตร์เมืองเรืองแสงในแต่ละตอนนั้นเห็นคุณค่าของงานชิ้นนี้จากใจจริง



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

⁷ รับชมรายการย้อนหลัง ตอน ปันสุขสองน้ำ เกาะเทโพ จ.อุทัยธานี ได้จาก <http://program.thaipbs.or.th/documentaryprogram/article54470.ece?episodeID=75213>

ตัวอย่างการอธิบายที่ชัดเจนที่สุดของเกณฑ์ข้อนี้ ได้แก่ ตอนศรัทธาค้าฟ้า⁷ ดารารับเชิญในตอนนี้เป็น คุณอ้อม สุนิสา สุขบุญสังข์ ซึ่งเคยเขียนบทความเรื่อง ‘ความสุข’ : คอลัมน์ ทวีสีรุ้ง⁸ ไว้ในหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก โดยกล่าวถึงความรู้สึกที่ได้รับจากการชมเมืองเรืองแสงไว้ว่า....

“...ที่สำคัญคือทักท้วงอันเป็นธรรมชาติที่เงินก็ซื้อไม่ได้

นั่งดูไปอ้อมยังคิดว่ามันจะดีแค่ไหนถ้าเราได้ไปนั่งอยู่ตรงนั้นแบบมอส หรือ เปิก(วงซิก) บ้าง

ได้พูดกับคนที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียอะไรกับเราในแง่ใดๆ แต่มยังเป็น “ผู้ให้”

สอนให้เราได้เห็นถึงความสุขอย่างง่าย ๆ ที่มีรอบตัว

พอใจกับชีวิตของตัวเอง พอใจในวิถีชุมชนที่ไม่ต้องดิ้นรน

ถึงแม้เปิกจะไปอยู่ในชุมชน ที่ไม่ค่อยมีสัญญาณโทรศัพท์ก็อยู่ได้

และเข้าใจว่า “ตัวอยู่ที่ไหน ใจมันควรจะอยู่ที่นั่น”

หรือแม้แต่มอสก็รู้สึกว่าจะไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนเวลามันก็เดินไปด้วยความเร็วเท่าๆ กัน

แต่พออยู่ที่กว๊าน มอสสามารถไปถึงที่หมายได้โดยไม่รู้สึกรู้ว่าต้องรีบ...

สืบเนื่องจากบทความดังกล่าวทำให้คุณอ้อม สุนิสา สุขบุญสังข์ ได้เป็นดารารับเชิญตอน “ศรัทธาค้าฟ้า” พระพุทธบาทห้วยต้ม เนื่องด้วยเรื่องราวชีวิตของคุณอ้อมศึกษาธรรมเป็นทุนเดิมซึ่งสอดคล้องกับเรื่องราวความสุขของเมืองเรืองแสง ตอนดังกล่าวที่เดินทางไปยังหมู่บ้านชาวกระเหรี่ยงที่นับถือศาสนาพุทธและทุกคนทานมังสวิรัต และเป็นตอนที่บรรยายถึงความสุขในวิถีชาวพุทธอย่างแท้จริง

เมื่อทีม แร่ง ฤทธิ์ คันทองค์ ประกอบที่จะนำมาสร้างภาพยนตร์กึ่งสารคดีในแบบเมืองเรืองแสงได้ครบถ้วนแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นการร้อยเรียงถ่ายทอดองค์ประกอบของเรื่องราวทั้งหมดเข้าด้วยกัน

ถ่ายทอดเรื่องราว

การถ่ายทอดเรื่องราวความสุขหรือในภาษาของสายภาพยนตร์เรียกว่า การเขียนบทภาพยนตร์ ต้องใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์ รวม

ถึงความสามารถในการจัดองค์ประกอบของเรื่องราวให้สมบูรณ์ และสามารถถ่ายทำได้ในเวลาที่จำกัด ซึ่งกุญแจสำคัญของการเขียนบทภาพยนตร์เมืองเรืองแสงคือ การถ่ายทอดเรื่องราวของทีมงานที่ศึกษาข้อมูลและลงพื้นที่จริง อันเนื่องจาก ผู้เขียนบทไม่สามารถลงสำรวจพื้นที่ และสำรวจคนได้ด้วยตัวเองทุกครั้งที่ การถ่ายทอดเรื่องราวต้องอาศัยการถ่ายทอดที่เข้าถึงแก่นของความสุขในเมืองเรืองแสงแต่ละเมือง อีกทั้งต้องสอดแทรกเรื่องราวชีวิตของดาราเข้าไปในบทบาทของแต่ละตอนอีกด้วย แต่นั่นก็หาใช่เป็นอุปสรรคของแรงฤทธิ์ไม่ เนื่องจากผลของ การเตรียมคนทั้งการกระตุ้นให้เกิดวัฒนธรรม “การประลองความคิดอย่างสร้างสรรค์” และการใช้วิธี “on the job training” ทำให้ชาวแรงฤทธิ์มีความพร้อมในทุกกระบวนการของการผลิตเมืองเรืองแสง



ที่มา: <http://www.homestaynatonchan.blogspot.com/>

⁷ รับชมรายการย้อนหลัง ตอน ศรัทธาค้าฟ้า พระพุทธบาทห้วยต้ม จ.ลำพูน ได้จาก <http://program.thaipbs.or.th/documentaryprogram/article54470.ece?episodeID=162863>

⁸ ‘ความสุข’ : คอลัมน์ ทวีสีรุ้ง โดย...สุนิสา สุขบุญสังข์ จาก คม ชัด ลึก ออนไลน์ วันพุธที่ 18 กรกฎาคม 2555 <http://goo.gl/NOpMaj>



ผลงานการถ่ายทอดเรื่องราวที่สะท้อนใจผู้ชม และแสดงให้เห็นถึงการร้อยเรียงเรื่องราวของเมืองเรืองแสงให้สอดคล้องกับเรื่องราวของดาราดังอย่างชัดเจนคือ ตอน “มนุษย์...ผู้ไม่หยุดสังเคราะห์แสง” โดยมี คุณแอนดี้ เขมภิฎก เป็นดารารับเชิญชีวิตของเขาได้ถูกถ่ายทอดเรื่องราวลงไปในตอนดังกล่าวซึ่งเกี่ยวกับคนเมืองคนหนึ่งที่ประสบกับเหตุการณ์รุนแรง ทำให้ต้องสูญเสียบางสิ่งบางอย่างในชีวิตไป จนเกิดความท้อแท้สิ้นหวัง

จนวันหนึ่งได้มีโอกาสเดินทางไปยังบ้านนาต้นจันทน์ จ.สุโขทัย และได้พบกับผู้สูงอายุที่กำลังวังชาน้อยกว่าคนหนุ่มอย่างคุณแอนดี้มาก แต่กลับมุ่งมั่นทำประโยชน์ให้กับเมืองให้กับชุมชนที่เป็นบ้านของพวกเขา ยังคงทำงานที่รักอย่างไม่ทอดทิ้งจนทำให้คุณแอนดี้ได้ค้นพบแรงบันดาลใจอันก่อเกิดเป็นกำลังใจให้ชีวิตได้สู้ต่อ...

หลังจากขั้นตอนการเตรียมความพร้อมมาครบถ้วนแล้วก็เดินทางมาถึงขั้นตอนต่อไปคือ การบันทึกเรื่องราวบนหน่วยความจำ เพื่อนำมาถ่ายทอดเป็นหนังแห่งความสุข เรื่องราวความสุขในส่วนนี้มีครบทุกรสชาติที่เกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเมืองเรืองแสงในทุกส่วนในบทถัดไปสังคมจะได้เรียนรู้ว่า

ความสุขจากกระบวนการทำงานเป็นอย่างไร และเรียนรู้วิธีการที่แรงฤทธิ์ปลูกถ่าย DNA ความจริงจัง และความจริงใจ ให้กับทีมงานไปด้วยกัน

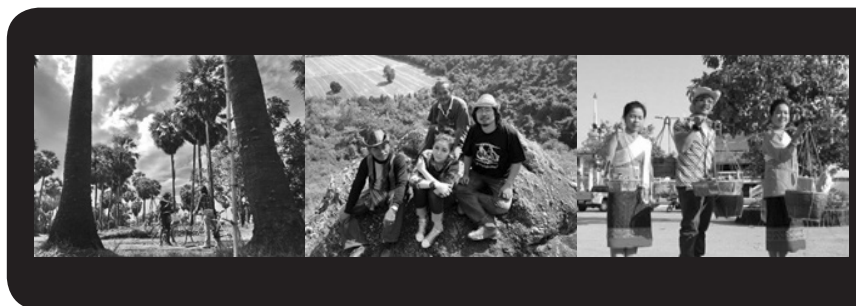
บันทึกเรื่องราวลงหน่วยความจำแห่งความสุข

ขั้นตอนสำคัญ คือ การเดินทางไปแสดงความจริงใจกับชาวชุมชนเมืองเรืองแสงถึงสิ่งที่แรงฤทธิ์กำลังทำอยู่ นั่นคือ...การบันทึกประวัติศาสตร์ของชาวชุมชน ทั้งประเพณี พิธีกรรม ภาษา การใช้ชีวิตประจำวัน ภาพรอยยิ้ม เสียงแห่งความสุข เพื่อนำไปฉายภาพความเจริญของชุมชนเมืองเรืองแสงให้คนในสังคมได้เรียนรู้วิถีของผู้เจริญทางจิตใจ

บันทึกเรื่องราวไปด้วยกัน

“ ภาพรอยยิ้มของคน หรือภาพของคนที่เข้มแข็ง เวลาพูดคำพูดอะไรออกมาแล้วหน้าตา ประกายตาเขามีความสุข มันทำยากนะครับ ผมว่าดารบบางคนให้เขาแสดง ยังแสดงยากเลย เรายังขอให้เขาแสดงและอ่านบทหนัง เราก็ไม่ได้ไป Work Shop กับเขาก่อน บทบางทีเราเสร็จกะทันหัน ไปถึงวันถ่ายทำก็ให้เขาดู และอ่านบทที่หน้ากองด้วยซ้ำไป แล้วเขาก็ถ่ายทอดความสุข เหล่านั้นออกมาได้ เพราะมันเป็นชีวิตของเขา...”

ป่าแดง สมชัย พุทธจันทร์ธา, ผู้กำกับ



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

⁹ รับชมรายการย้อนหลัง ตอน มนุษย์...ผู้ไม่หยุดสังเคราะห์แสง บ้านนาต้นจันทน์ จ.สุโขทัย ได้จาก <http://clip.thaipbs.or.th/home.php?vid=5443&ap=flase>

การบันทึกภาพยนตร์เมืองเรืองแสงก็คล้ายกับการบันทึกภาพชีวิตของเมืองนั้น กระบวนการได้มาซึ่งงานศิลปะที่อุดมด้วยพลวัตของความสุขที่ลอบบอวลอยู่ตลอดเรื่องราวในแต่ละตอนนั้นผ่านความยากลำบาก ความท้าทายจากความเหนื่อยล้าและอุปสรรคนานับประการ แต่นั่นคือ บทพิสูจน์ความจริงจัง และความจริงใจในการทำงานขององค์กรแห่งนี้

ความสุขจากกระบวนการ

การรวมตัวกันของคนบ้าพลัง ก่อกำเนิด บริษัท แรงฤทธิ์ จำกัด คำว่า บ้าพลังเป็นภาษาที่ใช้เรียกแทนคำศัพท์ทางวิชาการที่ว่า “ความสุขจากกระบวนการ” ซึ่งสะท้อนความสุขของชาวแรงฤทธิ์ได้อย่างชัดเจนที่สุด ความสุขจาก

กระบวนการของชาวแรงฤทธิ์เกิดขึ้นจากความชอบในงานที่ทำ ทายการได้เรียนรู้สิ่งใหม่ พวกเขาเสพติดการทำงานแบบนี้จนอาจเรียกได้ว่ามาทำงานเหมือนไม่ได้ทำงาน¹⁰

ในการผลิตผลงานที่ใช้

ทรัพยากรคนสร้างสรรค์ และการจัดการกับปัจจัยมากมายในระยะเวลาที่จำกัดแบบที่แรงฤทธิ์บรรลุลงในเมืองเรืองแสงสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในการทำงานได้อย่างชัดเจน คือ “ความจริงจังในการทำงาน”

“

ผมว่าได้เจออะไรที่ท้าทาย เจอโจทย์ที่ยากขึ้นเรื่อยๆ

สมมติเดือนหนึ่งเราต้องออกไปถ่ายรายการสัก 2 เทป

ก็เหมือนกับเราได้ทำหนัง 2 เรื่องใน 1 เดือน มันเป็นเรื่องที่ท้าทาย

เพราะว่าโจทย์มันยาก ได้เจออะไรที่รู้สึกว่าจะต้องแก้ปัญห

ไปเจอปัญหาที่ท้าทายข้างหน้า

ก็ลุยกับมัน สู้กับมัน แก้กับมัน ถ้ามองอีกมุมคือ

ถ้าเราคิดว่ามันสนุก มันก็สนุกที่เราได้ทำ ”

คุณฉวี สุรกิจ สุขเปรม, ผู้ช่วยผู้กำกับ และโปรดิวเซอร์



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

¹⁰ ความสุขจากกระบวนการ (Flow Motivation) อันเกิดขึ้นจาก การได้ทำสิ่งท้าทายด้วยความคิดสร้างสรรค์อย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจนจนทำให้มีสมาธิจดจ่อกับสิ่งนั้นอย่างมาก สรุประเบียดจาก “Flow and Intrinsic Motivation Theory” แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของ Ken Thomas อ้างถึงใน Robbins, S.P., & Judge, T.A. (2008). Essentials of organizational behavior (10th ed.). New Jersey: Pearson Education International.

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวแรงฤทธิ์เกิดความสุขในกระบวนการ คือ การที่พวกเขาได้พัฒนาไปด้วยกัน ทั้งในเรื่องงาน และจิตใจ และบาง คนอาจได้ค้นพบเป้าหมายในชีวิต...

“

เราเป็นคนชอบมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นอยู่แล้ว มันทำให้เรามีโอกาสได้เจอคนหลากหลายรูปแบบมากขึ้น แล้วก็ทำให้เราได้รู้จักและสัมผัสกับคนเยอะ และทำให้เราได้รู้ว่าจริงๆ ประเทศไทย คนไทยน่ารักมาก เราคิดในใจนะว่า ถ้าทุกวันนี้เราไม่ได้มาทำรายการนี้ หรือว่าไม่ได้มาทำรายการทีวี โอกาสที่เราจะได้ไปเจอเค้ามัน....น้อยมาก

”

คุณตาล กมลทิพย์ อัศวเมธีสกุล,
ศรีเอทีพี และสร้างสรรค์บทภาพยนตร์

“

ถ้าสมมติว่าเราเดินทางไปในฐานะนักท่องเที่ยวมันจะไม่ได้อะไรประมาณนี้แน่นอน มันก็คือไปและได้เรียนรู้ประมาณหนึ่ง แต่ที่เราเข้าไปอยู่กับเขาจริงๆ ไปเรียนรู้ชีวิตของเขาจริงๆ อย่างตัวเราก็เป็นคนที่มีแบบอยู่กรุงเทพฯตลอด ก็เที่ยวก็ไม่ค่อยได้เที่ยว ถึงเที่ยวก็แบบวัยรุ่นธรรมดาทั่วไป แต่นี่คือการที่เหมือนเราเข้าไปอยู่ในสังคมของเขา ได้เข้าไปเรียนรู้ในอีกแบบหนึ่ง เราก็ได้ประสบการณ์และได้อะไรจากเขาไปด้วย เยอะแยะมากมาย ถ้าไม่ได้ทำเมืองเรื่องแสง ก็คงจะไม่มีสะพานไปถึงเขา แล้วก็ไม่ได้เรียนรู้อะไรพวกนี้ด้วย

”

คุณฟ้ง จินทกา ชุสกุลธนะชัย,
ศรีเอทีพี และผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์

“ ต้องสื่อความหมายให้กับคนดูด้วย ”

คุณเจ้ง เท็ดกัญ เจริญรัตน์, ผู้กำกับภาพ

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

ฉายหนังกลางแปลง

ขั้นตอนในช่วงโค้งสุดท้ายที่ชาวแรงฤทธิ์ และผู้ชมจะได้สัมผัสกลิ่นอายความสุขที่หอมตลบอบอวลผ่านมายังหน้าจอ และในช่วงเวลานี้ ได้เกิดสถานที่ประวัติศาสตร์ของเมืองเรืองแสงในแต่ละตอน ที่จะเป็นเอกลักษณ์แตกต่างกัน สถานที่นั้น คือ “ลานฉายหนังกลางแปลง”

ความสุขจากผลลัพธ์

ช่วงเวลานี้ของการทำงาน... ความอึดแอ็บได้ค่อยๆ ตกผลึกขึ้นในใจของคนแรงฤทธิ์ ความสุขที่เกิดขึ้นอย่างไม่รู้ตัวจากผลลัพธ์อันเกิดจากเส้นทางที่ชาวเมืองเรืองแสงได้เดินทางกับพวกเขา ซึ่งในทางวิชาการเรียกว่า “ความสุขจากผลลัพธ์”¹¹ ...

“อย่างทีก่อนออกกอง มันมีเหนื่อยอยู่แล้ว แต่พอออกกองมันยิ่งเหนื่อยหนักเลย แต่พอหลังจากนั้นแล้ว ที่เราเอาหนังกลับไปฉายให้ชาวบ้านได้ดู เห็นชาวบ้านเขายิ้ม เขามีความสุขได้ดูตัวเอง มันก็ทำให้เราหายเหนื่อยไปด้วยและก็มีความสุขไปด้วยครับ

ณโจ ฉลองศักดิ์ สุขเปรม, ศรีเอทีพี และผู้ช่วยกล้อง



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

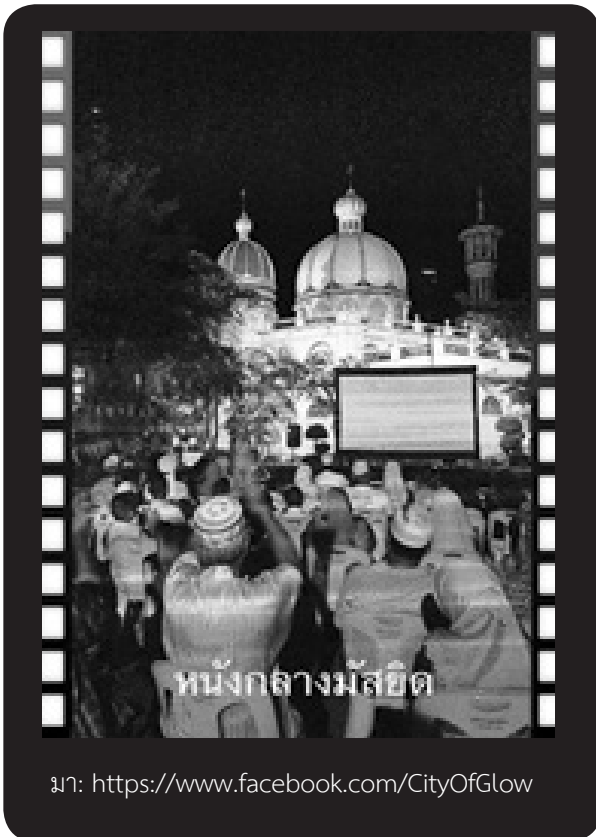
“เราอยากจะพูดกับเพื่อนด้วยความภาคภูมิใจว่า ทำรายการเมืองเรืองแสง เราภูมิใจที่จะบอกทุกคนว่า เราทำงานอะไร พอออยู่ด้วยกันมาก็เลยรู้สึกว่ามี sense เราอยากจะทำงานเชิงบวก ไม่ได้ทำงานเพื่อให้ชีวิตเราอยู่รอด เราต้องการทำงานที่มีให้อะไรดีดีกับสังคม แล้วก็ในขณะเดียวกันก็พัฒนาตัวเองไปด้วย

คุณตุ๋ รุ่งฤดี พิพัฒน์กิจ, ฝ่ายสร้างสรรค์ข้อมูล



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

¹¹ ความสุขจากผลลัพธ์ (Intrinsic Motivation) เกิดขึ้นจาก การทำสิ่งที่ชอบ เห็น ความก้าวหน้า จนกระทั่งสำเร็จ และสิ่งนั้นมีคุณค่าต่อส่วนรวม สรุปประเด็นจาก “Flow and Intrinsic Motivation Theory” แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของ Ken Thomas อ้างถึงใน Robbins, S.P., & Judge, T.A. (2008). Essentials of organizational behavior (10th ed.). New Jersey: Pearson Education International.



“ จากคนที่มีความขัดแย้งทางด้านความคิด จากคนที่ไม่พูดกัน จากคนที่ไม่ยอมมองหน้ากัน แต่เมื่อเราทำงานร่วมกันเพื่อชุมชน ในขณะถ่ายทำ เขาก็เริ่มมองหน้ากัน เริ่มยิ้มน้อยๆให้กัน มันเป็นจุดเริ่มต้นของสัมพันธ์ภาพที่ดี จนสุดท้ายพวกเขาก็เริ่มพูดคุยกัน... เราเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า “ความปรองดอง” อย่างไม่ต้องสงสัย ”

คุณชล ชลลดา บัณฑิตวิสุทธ์,
หัวหน้าทีมสร้างสรรคบท

“ ทำในสิ่งที่มีคุณค่ากับสังคม มันอาจจะทำให้งานผมมีคุณค่าไปด้วย และก็ทำให้ผมได้เรียนรู้จาก พี่แดง พี่โหน่ง พี่ผี และพี่ชล ได้ถ่ายทอดออกมา และผมก็เป็นคนที่ได้ถ่ายทอดออกมา เป็นภาพอีกทีหนึ่ง งานผมก็ได้มีคุณค่าเพิ่มขึ้นไปอีก ”

คุณเจ้ง เกิดกัญ เจริญรัตน์ ผู้กำกับภาพ



หากจะสรุปภาพความสุขจากผลลัพธ์ขององค์กรแห่งนี้ คือ การได้เห็นชุมชน สังคมได้มีความสุขไปด้วยกัน ได้ผลิตงานที่มีคุณค่า จนในที่สุดก่อเกิดเป็นความภูมิใจที่เปี่ยมล้นของการได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรแห่งนี้



ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

“ สิ่งหนึ่งที่ได้จากเมืองเรื่องแสงแล้วรู้สึกมันเป็นภาพที่ติดตาตรึงใจ
ก็คือตอนไปฉายหนังแล้วได้เห็นแนวตาชาวบ้านที่เขามีความสุข
ทุกวันนี่ยังจำภาพแรกวันที่นั่งอยู่ที่กวีานพะเยาได้ เห็นชาวบ้าน
แล้วก็เห็นนัยน์ตาทุกคนมีน้ำตาคลอเบา
การทำรายการนี้ให้คุณค่ากับชีวิตอย่างหนึ่งหลายๆ ทีเดียว
เราคิดว่าถ้าเขาให้ออกาสเราก็คงจะทำต่อไปเรื่อยๆ
ถึงแม้ว่ามันจะเหนื่อยแต่เราก็ยังอยากจะทำ
ก็คิดว่ามันไม่ใช่แค่เราที่เรากำลังได้เงินเดือน ได้รายได้
แต่มันสร้างคุณค่าให้กับคนอีกหลายจังหวัด หลายๆ ที
และที่สำคัญมิตรภาพที่ได้มาทุกวันนี่ยังไม่หยุดหย่อน ”

คุณโหน่ง สุมลรัตน์ ทิวาวรรณกร, โปรดิวเซอร์

ส่งผ่านความสุข

แลกเปลี่ยนความสุขกับผู้ชม
ผ่านสื่อออนไลน์



ที่มา: <http://goo.gl/4E5nX4>

ในกระบวนการสุดท้ายที่
ผู้คนในสังคมได้มาเรียนรู้ความสุข
ของชาวเมืองเรื่องแสงร่วมกัน
ความสุขเกิดขึ้นทั่วทุกพื้นที่ใน
ประเทศไทย แสงสว่างได้แผ่
กระจายออกมาจากผู้คนที่ได้มี
โอกาสสัมผัสผลงานทรงคุณค่า
ชิ้นนี้ ทั้งจากชาวเมืองเรื่องแสง

จากผู้คนที่ติดตามรายการผ่าน Thai PBS จากสื่อออนไลน์ รวมถึงแสงสว่างได้ส่งกลับมายังชาว แรงฤทธิ์

ข้อความที่ส่งผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่สังคมสัมผัสได้ถึง ความตั้งใจอันแรงกล้าในการผลิตรายการเรื่องแสงของชาว แรงฤทธิ์ และ Thai PBS ตัวอย่าง ภาพความสุขสะท้อนออกมาผ่าน คน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชาวเมือง เรื่องแสง และกลุ่มผู้ชมที่บ้าน

กลุ่มชาวเมืองเรื่องแสง

ชาวเมืองเรื่องแสงมีความสุขที่เปล่งแสงออกมาให้เห็นได้อยู่แล้ว เมื่อทีมงานแรงฤทธิ์ได้เข้าไปบันทึกเรื่องราวของชาวเมืองนำมาถ่ายทอดให้กับสังคมในวงกว้างได้สัมผัสและเรียนรู้ไปด้วยกันยิ่งทำให้ชาวเมืองเกิดความรู้สึกรักถิ่น และภูมิใจในเมืองที่อาศัย หรือบางท่านย้ายไปอยู่ต่างเมืองแต่เมืองเรื่องแสงก็ทำให้พวกเราภูมิใจในบ้านเกิดของตนดังที่สะท้อนออกมาผ่านข้อความต่าง ๆ

กลุ่มผู้ชมที่บ้าน



Chatchai Kerdswat
เห็นแล้วคิดถึงบ้าน คิดถึงพ่อกับแม่ คิดถึงเมืองที่เวลาเดินช้ากว่าเมืองอื่นๆ ชีวิตที่เรียบง่าย เย็นสงบ ไม้วันวาย ตามที่ปู่ แบลคเสดไปเที่ยว บางน้อย อ. บางคนที่ จ.สมุทรสงคราม อีกอำเภอที่น่าเที่ยว (อาจจะน่าเที่ยวกว่าอัมพวา ด้วยซ้ำ) คินนี่ รายการ เมืองเรื่องแสง_city of glow 20.30 น. ทาง Thai PBS ครับ



โชคสว่าง นามิน
ผมคนโขงเจียมครับ..ภูมิใจสุดๆ ชอบคุณครับ
Like · Comment · May 17 at 9:14pm near Ubon Ratchathani, Thailand



สุรัชย์ เสือสูงเนิน
ขอขอบคุณทีมงานเมืองเรื่องแสงมากครับ ที่ทำภาพยนตร์สารคดี "รวงบ้านดาลใจ ในเมืองบุรี" เรื่องราวดีดีของชาวโคกสูงลง สื่อของรายการทำให้คนโคกสูงมีความสุข ภูมิใจและรักบ้านเกิดมากขึ้นครับ ชอบคุณมากครับ
Like · Comment · May 15 at 11:12pm



เครือข่ายเยาวชนประแส วิกัมประแส
เพื่อความเข้าใจกันครับ ..
รายการ เมืองเรื่องแสง_city of glow ทางไทยพีบีเอส คือรายการสารคดีสร้างสุข นำเสนอในรูปแบบภาพยนตร์ ที่ไม่เหมือนใครและ 13 นักร้องทางสู่ 13 เมืองน่าอยู่...ผู้คนน่ารัก บนวิถีนาสัมผัสแบบพลัดๆ ที่ถ่ายทอดเรื่องราวความสุขเต็มอิ่ม เบ่งบานจากหัวใจหัวใจ ครั้งนี้เหล่านักแสดงจะพาคุณไปตามหาเสียงแห่งความสุข ที่ซุกซ่อนอยู่ใน"เมืองเรื่องแสง" เสียงที่จะทำให้อุคนยามซึ่งตรึงสข ปลุกจิตสำนึกรักถิ่นแผ่นดินไทย เสียงที่คนจะจดจำขึ้นใจว่า...คุณคืออีกหนึ่งคนไทยที่สามารถทำให้เมืองไทยเป็น "เมืองเรื่องแสง" พร้อมก็แสดงหน้าใหม่ซึ่งเป็นยุคคนไทยรุ่นใหม่ ที่มาร่วมกันแสดงด้วยหัวใจรักแผ่นดินถิ่นเกิดอย่างแท้จริง

ขอขอบคุณทางรายการที่เลือก ปากน้ำประแส เป็นเมืองเรื่องแสง และถ่ายทอดเรื่องราวในชื่อตอน "ฤดูรักข" ออกมาได้เป็นอย่างดีครับ ถ่ายทำกันด้วยความร่วมมือร่วมใจ เป็นผลงานภูมิใจของชาวประแสทั้งหมดโดยแท้จริง มิได้เป็นเพียงผลงานขององค์กรใดองค์กรหนึ่งเท่านั้น พวกเราที่มีความสุขที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดเรื่องราว และมีส่วนร่วมในสารคดีนี้ครับ 😊

ปล. จากจำลองประเพณีทอดผ้าป่ากลางน้ำ เรียกว่า การจำลองครั้งจับทำให้ชาวบ้านประแสได้กลับมามีส่วนร่วมปฏิบัติประเพณีได้อย่างแท้จริง ไม่ใช่เป็นเพียงแต่คนใหญ่คนโตและคนแสดงตัวสวยงามเท่านั้นที่ลงเรือ 😊 ขอขอบคุณอีกครั้งครับ

View Post · May 7 at 9:57am

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>



อ. ใจ เดือดเดือด

สวัสดีครับ เป็นครั้งแรกที่ผมดูรายการโทรทัศน์จบแล้วต้องรีบเข้ามาส่งข้อความหาผู้ผลิตรายการ รายการเมืองเรื่องแสงวันนี้ (ศรทศาคำฟ้า) ทำให้ผมรู้สึกอึ้งทางความรู้สึก จนน้ำตาไหลไม่รู้ตัว ภาพยนตร์สารคดีที่ทางทีมงานได้ผลิตออกมา ผมไม่ทราบว่าจะใช้เวลาในการเตรียมงานเท่าไร แต่ผลงานภาพยนตร์ของคุณดูมีคุณภาพดีกว่าภาพยนตร์ที่มีการเตรียมการมานาน ยิ่งได้มาเห็นคำว่า "ภาพยนตร์สารคดีสร้างความสุข" ผมว่าพวกคุณ บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างสมบูรณ์แบบเลยครั้น ทั้งเรื่อง บท ภาพ เพลงประกอบ และนักแสดง ชอบคุณมาก ๆ นะครับ ที่ทำให้พวกเราได้รับชมรายการดีๆแบบนี้ ขอให้ทีมงานสร้างสรรค์รายการดีๆแบบนี้ตลอดไปนะครับ

Like · Comment · April 26 at 9:32pm near Makkasan

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>

สิ่งที่ผู้ชมทางบ้านได้รับหลังจากชมรายการ คือ ความสุขที่ส่งผ่านผลงานมาถึงผู้ชม เมืองเรืองแสง และความรู้สึกทั้งในความนุ่มละมุนด้านการผลิต ทั้งภาพ แสง สี เสียง เท่าที่ภาพยนตร์สารคดีที่มีทรัพยากรจำกัดจะทำได้ ผลงานชิ้นนี้ของแรงฤทธิ์ได้ทำให้ผู้ชมทางบ้านได้เรียนรู้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแต่ละเมือง ส่งเสริมค่านิยมการสร้างความสำเร็จทางจิตใจ ส่งเสริมให้เกิดความภูมิใจในบ้านเกิด และผู้ชมบางส่วนได้รับแรงบันดาลใจในการพัฒนาจิตใจและการใช้ชีวิตให้มีความสุขแบบที่ไม่เบียดเบียนสังคม ดั่งข้อความที่สะท้อนมาถึงชาวแรงฤทธิ์ และ Thai PBS

นอกจากผู้ชมที่ชื่นชมรายการแล้ว ยังมีผู้ชมอีกกลุ่มหนึ่งที่ชอบรายการและกลายเป็นแฟนประจำ Thai PBS ในที่สุดหลังจากรับชมเมืองเรืองแสง บางท่านถึงขั้นเกิดความรู้สึกที่ดีกับทีมงานแรงฤทธิ์ และสถานีไทยพีบีเอสจนอยากร่วมงานด้วยเพราะได้รับแรงบันดาลใจเป็นอย่างมาก

แม้จะได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากผู้ชมมากมาย แต่เมื่อมีเสียงติชมรายการ ทีมงานก็ได้ใช้คำติชมนั้นเป็นพื้นที่การแสดงความคิดเห็นที่ทำให้ผู้เห็นต่างได้แลกเปลี่ยนกับทีมงานอย่างสร้างสรรค์



Bank Vace'

ไม่เคยมีรายการไหน ที่ทำให้ผมดูครบทุกตอนเท่า #เมืองเรืองแสง เลย์คริบ
Like · Comment · July 6 at 2:56pm near Kamphaeng Phet, Thailand



Paskorn Jumlongrach

ยอดเยี่ยมจนต้องลุกขึ้นมาเขียนชื่นชมครับ รายการนี้ตอนเมืองปอน งดงาม ทั้งความใสของเด็กหญิงที่เดินเรื่องและฉอนนี้ รวมถึงผู้เฒ่าผู้แก่และวิถีวัฒนธรรม ที่สำคัญคือสามารถเอางานสารคดีที่ถ่ายทำมาสร้างขบวนชาวบ้านในชุมชนได้อย่างมีพลัง
Like · Comment · May 3 at 9:20pm



Pojpoj Poj

ผมอยากบอกว่า ประทับใจมากๆครับ ขอบคุณที่นำสารคดีดีออกมาให้คนไทยได้ชม ผมดูแล้วมีความสุขมากๆครับ และทำให้รู้สึกรักเมืองไทยมากยิ่งขึ้น อยากให้คนไทยและทุกที่ในประเทศไทยเป็นเมืองเรืองแสงให้เยอะๆ ขอบคุณและครับ
Like · Comment · June 7 at 9:13pm near Bangkok

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>



MaePoo NongMumi

ชอบเทปเมื่อวานมากค่ะ โดยเฉพาะคุณครูมาลี ดำเนินเรื่องดี ติดตามมา 3 เทป แล้ว ได้สาระมาก ชอบที่สุดก็ตอนท้าย ที่เอาหนึ่งมาฉาย จะเห็นรอยยิ้มจากความภูมิใจ ที่ทุกคนในชุมชนนั้นมีส่วนร่วมค่ะ ชอบและเป็นแฟน. ThaiPBS เทปทุกรายการเลย ทั้งครอบครัวค่ะ
Like · Comment · June 1 at 11:09am via mobile



Pessimistic Loneliness

ผมเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทที่เรียนนิเทศศาสตร์ที่ชมรายการเมืองเรืองแสงมากๆและอยากไปฝึกงานในทีมของพี่ๆเมืองเรืองแสงมาโดยตลอด แต่ไม่ได้ฝึกเพราะที่รับนักศึกษาฝึกงานแล้วแต่ไม่เป็นไร ผมตั้งใจที่รายการมิชชัน 2 และผมก็เข้ามาฝึกงานในช่องTPbs อย่างเต็มตัวแล้ว วันไหนที่มาส่งเทปรายการหรือมาประชุมออกหน่วยนะคับ อยากจะขอถ่ายรูปด้วย รักมากคับ รายการนี้ ผมช่วยโปรโมทสุดฤทธิ์คับ

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>



Teerachai Luangareeporn

รายการมีเนื้อหาสาระดีครับ ชอบครับ แต่ส่วนตัวไม่ชอบที่มันดูเป็นดรามามากเกินไปหน่อย ดูไปเป็นธรรมชาติ จะคอยติดตามต่อไปครับ
Like · Comment · April 5 at 9:20pm near Bang Yai



Paa Dang, Sumolrat Tiwawannakorn and 2 others like this.

เมืองเรืองแสง_city of glow เราอยากให้รายการมีความหลากหลาย ตอนนี้ดูมาแล้ว ตอนหน้าอาจเป็นการเดินทางเพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ ตอนต่อไปอาจเป็นการอนุรักษ์ ... อยากให้ติดตามตอนต่อไปนะคระ
April 6 at 12:44am · Like · 2

ที่มา: <https://www.facebook.com/CityOfGlow>



หลังจากเรียนรู้วิธีการทำงานของแรงฤทธิ์ โดยใช้กรณีศึกษาการทำเมืองเรืองแสง พบว่าความสุขที่เกิดขึ้นนั้นเปล่งแสงออกมาในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ทีมงาน ผู้ชม ชาวเมืองเรืองแสง ในทางวิชาการอาจเรียกได้ว่าองค์กรแห่งนี้ได้ส่งต่อความสุขไปถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholder) ได้อย่างครบถ้วน

ในส่วนถัดไปเป็นการเล่าถึงวันสบายๆ ของทีมงานแรงฤทธิ์ ที่ผู้ชมรายการเมืองเรืองแสงอาจยังไม่เคยได้สัมผัส ชีวิตพวกเขา

ในวันทำงาน วันพักผ่อนเป็นอย่างไร...

ความสุขในวันสบายๆของแรงฤทธิ์

กิจกรรมในวันสบายๆ ของชาวแรงฤทธิ์ทั้งในวันทำงานและในวันพักผ่อน ที่สะท้อนภาพความสุขได้ชัดเจนที่สุด และสอดคล้องกับบริบทขององค์กรที่เป็นธุรกิจครอบครัวสมัยใหม่ซึ่งมีจำนวนพนักงานไม่มากนัก การขยับเพื่อดำเนินการใดๆ ทำได้คล่องตัว และ

มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องน้อย ประกอบกับวัฒนธรรมองค์กรที่ชอบการประลองความคิดอย่างสร้างสรรค์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นบ่อย คือ การประชุมนอกสถานที่ และกิจกรรมที่เกิดปีละครั้งหลังจบซีซั่นเมืองเรืองแสง คือ กิจกรรม การเดินทางกลับไปเยี่ยมเมืองเรืองแสง กิจกรรมสุดท้าย คือ กิจกรรม การฝึกภาษาอย่างเนิบช้า ซึ่งแต่ละกิจกรรมมีที่มาและวัตถุประสงค์แตกต่างกัน ดังนี้



การประชุมนอกสถานที่

ประโยชน์ของการประชุมนอกสถานที่เปรียบเสมือนการย้ายสถานที่ทำงานชั่วคราว ผลลัพธ์ที่ได้เบื้องต้น คือ การเปลี่ยนบรรยากาศการทำงาน และส่งเสริมให้เกิดความผ่อนคลาย อันมีส่วนช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ให้พรั่งพรูมากขึ้น



การเดินทางกลับไปเยี่ยมเมืองเรืองแสง

ผู้นำองค์กรคาดหวังให้เกิดกิจกรรมนี้ขึ้นทุกปีเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ช่วยชาร์ตพลังให้กับทีมงาน รวมถึงได้กลับไปเยี่ยมชาวเมืองที่พวกเขาคิดถึง และรู้สึกว่าเป็นเพื่อนสนิทกันไปแล้ว



ภาพบรรยากาศการท่องเที่ยวประจำปีของ บ.แรงฤทธิ์ จำกัด

การฝึกภาษาอย่างเนิบช้า

กิจกรรมนี้เกิดขึ้นในช่วงที่ครูมาลีซึ่งเป็นหนึ่งในนักแสดงชาวเมืองเรืองแสง ตอน บนถนนสายความสุข¹³ ได้มาทำภารกิจส่วนตัวที่กรุงเทพฯ (เป็นภารกิจที่กินเวลายาวหลายเดือน) และได้มีการจ้างทีมงานเพื่อช่วยหาที่พักชั่วคราวในกรุงเทพฯ จึงได้ทาบทามครูมาลีมาฟื้นฟูภาษาอังกฤษ ให้กับทีมแรงฤทธิ์ โดยใช้เวลาเรียนประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง ต่อวัน 2 วันต่อสัปดาห์เป็นเวลา 3 เดือน โดยบริษัทจ่ายค่าเรียนทั้งหมด ส่วนทีมงานลงเงินกันซื้อกาแฟ น้ำ ขนม เลี้ยงครูมาลี (ป่าแดง ผู้นำองค์กรกล่าวว่า

“เป็นการตอบแทนที่ครูมาลีคิดค่าเรียนถูกๆ”) กิจกรรมนี้หวังผลเพียงได้ทบทวนภาษาอังกฤษ และได้ทำให้ทีมแรงฤทธิ์มีเวลาที่สนุกร่วมกัน บางครั้งหลังจากจบชั่วโมงเรียนครูมาลีและลูกศิษย์ได้รับประทาน

อาหารร่วมกันจนครูมาลีเกิดข้อสงสัยว่า “ฉันไม่เคยเห็นบริษัทไหนนั่งกินข้าวร่วมกันแบบนี้” คำตอบที่ทำให้ครูมาลียิ้มกว้างก็คือ “เพราะเราไม่ใช่บริษัท แต่เราเป็นครอบครัว”



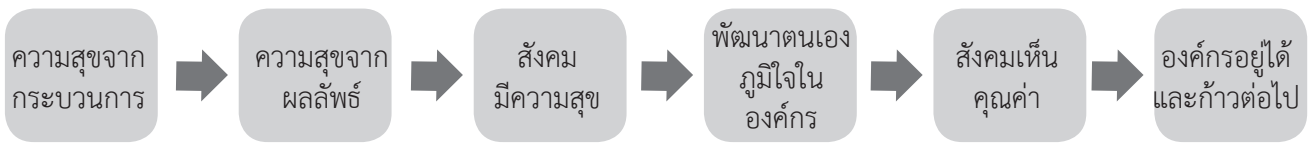
¹³ รับชมรายการย้อนหลัง ตอน บนถนนสายความสุข บ้านสิงห์ท่า อ.เมือง จ.ยโสธร ได้จาก <http://program.thaipbs.or.th/documentaryprogram/article54470.ece?episodelD=208045>



“ เรียนกันไป ก็ฮากันไป
ทั้งครูและนักเรียนนะครับ
เพราะนักเรียนนี่ขง ล้วนอ่อนแอ
และเนิบช้ากับการเรียนภาษาอังกฤษมาก ”
กล่าวโดย ป้าแดง



องค์กรเรื่อง||สง



องค์กรชื่อแปลกอย่าง “แรงฤทธิ์” มุ่งค้นหาผู้คนที่มีความสุข และเปล่งแสงออกมาให้สัมผัสได้ เพื่อบันทึกเรื่องราวลงบนหน่วยความจำแห่งความสุข เพื่อนำไปฉายให้กับผู้คนทั่วประเทศไทยได้เรียนรู้ วิธีคิด และวิธีทำอันจะนำมาซึ่งความสุขไปด้วยกัน ด้วยคุณค่าที่องค์กรส่งมอบสู่พลเมืองชาวไทย ส่งผลให้ชาวแรงฤทธิ์ต่างเรื่องแสงให้เห็นด้วยตา และสัมผัสได้ด้วยจิตวิญญาณ พวกเขาทำให้ทีมวิจัยไม่เกิดความสงสัยใน

สิ่งที่พวกเขา กำลังทำอยู่เลย เราจึงขอเรียกพวกเขาว่า “องค์กรเรื่องแสงความสุข”

“แรงฤทธิ์” หรือ “องค์กรเรื่องแสงความสุข” เป็นองค์กรที่เน้นการสร้างสรรคความสุขสู่สังคม ชาวแรงฤทธิ์เป็นกลุ่มคนทำงานที่มีพื้นฐานความจริงใจ มีความภูมิใจในหน้าที่การงานที่ได้สร้างผลงาน จรรโลงสังคม ยกย่องความเจริญทางจิตใจให้คนไทย

วิถีชีวิตของชาวแรงฤทธิ์เปรียบเสมือนครอบครัวสมัยใหม่

ที่นิยมการประลองความคิดกันอย่างสร้างสรรค์ ชาวแรงฤทธิ์พัฒนาตนเองผ่านกระบวนการนี้นอกจากนั้นแต่ละคนจะถูกบรรจุ DNA ของความจริงจัง ลงไปในการทำงานโดยไม่รู้ตัว

ความภูมิใจในงาน คือ กุญแจสำคัญ ที่สามารถสร้างพลังได้อย่างมหัศจรรย์ ผ่านผลงานที่ถ่ายทอดออกมาอย่างตั้งใจ หากผู้คนที่เรียกตนเองว่าเป็นพลเมืองไทย ได้ลองชมผลผลิตจากองค์กรแห่งนี้ เชื่อว่าส่วนใหญ่จะรู้สึกเรื่องแสงไปด้วยกัน สุดท้ายเมื่อสังคมได้ตระหนักถึงการพัฒนาความเจริญทางจิตใจ ชอบความรู้สึกเรื่องแสงไปด้วยกัน และอยากเรียนรู้วิถีของชาวเมืองเรื่องแสงอย่างต่อเนื่องแล้ว องค์กรแห่งนี้จะมีกำลังใจ และพร้อมเดินหน้าทำผลงาน มุ่งมั่นสร้างแสงแห่งความสุข ให้อยู่คู่เมืองไทยตราบนานเท่านาน...



Sea Air Land Production

|| แพรวพรรณ พิทยุติ, ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



...ก่อนจะเหลือสิ่งสุดท้าย...

LL

จะแบกเป้ข้ามภูเขา
พงพนา อย่างหมาย
ขวางกัน
จะไปให้ถึงฝั่งแสง
ตะวัน ณ ที่แห่งนั้น
ที่มีผองเรา สดใส
ดอกไม้ผีเสื้อ

11

เช้าตรู่ของวันอาทิตย์ เมื่อได้ยืนท่วงทำนองเพลงนี้เราจะได้เห็นภาพผู้หญิงร่างเล็กคนหนึ่ง สะพายเป้เข้าป่า ข้ามน้ำข้ามทะเล เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์จากการสำรวจธรรมชาติ เพื่อให้เราได้รับรู้ว่าบนโลกใบนี้ยังมีเรื่องราวมากมายให้เราได้เห็นถึงความหลากหลายของทรัพยากรกายภาพและชีวภาพ ทั้งที่ใกล้จะสูญพันธุ์หรือบางชนิดที่สูญพันธุ์ไปแล้ว ทรัพยากรเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่ามากมายมหาศาล ทั้งทางด้านการเป็นอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ตลอดจนประโยชน์นานัปการ ซึ่งจะมีจำนวนลดน้อยลงไปทุกวัน เพราะการไม่เห็นคุณค่าและใช้ประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงความยั่งยืน

รายการสำรวจธรรมชาติ on the world ก่อนจะเหลือสิ่งสุดท้าย

ซึ่งผลิตและออกอากาศโดยบริษัท ซี แอร์ แลนด์ โปรดักชั่น จำกัด จึงเปรียบเสมือนกระบอกเสียงที่ถ่ายทอดเรื่องราวของการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์





จากทรัพยากรธรรมชาติทั้งที่อยู่ในน้ำ บนบกฟ้า บนผืนแผ่นดินไทยและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ว่าบนโลกใบนี้ยังมีกลุ่มคนที่มีความตั้งใจทุ่มเทให้กับศึกษา วิจัย ดูแลปกป้องทรัพยากรกายภาพ และชีวภาพนานาพรรณและพร้อมที่จะใช้ทุกลมหายใจของชีวิตในการสืบสานงานอนุรักษ์ให้ทรัพยากรธรรมชาติยังคงอยู่ต่อไป

“

ณ เวลานั้น ตอนนี้มี นักวิจัย หรือ กลุ่มคนที่ทำงานเกี่ยวกับธรรมชาติ ชาวบ้านที่ขาดคุณธรรม คุณกลุ่มนี้ เหนื่อยและต้องทำงานในพื้นที่ที่ไร้ความสะดวกสบายเพื่ออะไร เขาสามารถทำอย่างอื่นก็ได้¹ เขาคำแล้วประชาชนได้อะไรบ้าง

”

กว่าจะเป็น Sea Air Land Production

ชื่อที่สื่อความหมายบ่งบอกถึงเป้าหมายของรายการ ในการเก็บเกี่ยววิถีของธรรมชาติในทุกพื้นที่บนโลกใบนี้ และนำมาถ่ายทอดเรื่องราวกว่า 400 ตอน ซึ่งกว่าจะเติบโตมาเป็นสารคดีธรรมชาติในระยะเวลา 10 กว่าปี ที่ได้นำเสนอสิ่งดีให้กับผู้ชม คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว หรือ

คุณเอื้อย พิธีกรภาคสนาม และกรรมการผู้จัดการ ได้สั่งสมประสบการณ์มาตั้งแต่เริ่มเข้าทำงานในวันแรก ในตำแหน่งเขียนบทของรายการซีพอร์ลงทำสารคดีด้านการส่งเสริมความรู้ทั่วไป ที่สื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และนำมาสู่การทำงานด้านสารคดีแนวสำรวจธรรมชาติ ซึ่งถือว่าเป็นรายการทีวีเริ่มรูปแบบการทำสารคดีอันดับต้นของประเทศ ซึ่งภาพที่ฉายทางหน้าจอโทรทัศน์จะต้องผ่านกระบวนการต่างๆ มากมาย จนออกมาเป็นรายการที่มีคุณภาพทางด้านสาระความรู้ และเปิดมุมมองใหม่ให้กับผู้ที่ได้รับชม ซึ่งเส้นทางในการเป็นผู้เขียนบท

ไม่ได้สวยหรืออย่างที่หลายคนจินตนาการไว้

การเป็นผู้หญิงเพียงคนเดียวในทีมถ่ายทำถือเป็นบทพิสูจน์หนึ่งในการร่วมเดินทางไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ ไม่มีเส้นทางสำหรับเดินท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบาย แต่ในทางตรงกันข้ามเส้นทางที่ต้องก้าวผ่านได้พบทั้งลำน้ำเชี่ยวภูเขาสูง ที่ต้องปีนป่ายไปให้ถึงจุดหมายปลายทาง ในระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนั้นแล้วการเขียนบทเพื่อที่จะสื่อถึงเรื่องราวที่ได้พบเจอ ให้มีความสอดคล้องกับภาพที่ได้ถูกบันทึกไว้ในแต่ละก้าวของการเดินทาง ถือเป็นประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดสำรวจธรรมชาติในวันนี้



“

...มุมมองเรายังขาดประสบการณ์ เราเรียนด้านการสื่อสารไม่ได้เรียนวนศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์มา การเที่ยวป่าในสมัยเรียนก็ไปเที่ยวป่า เที่ยวป่าตกก๊วไป ซึ่งสองโลกเป็นรายการสารคดีอันดับต้นๆ ของเมืองไทย ดังนั้นการเขียนเรื่องราวควรมีประเด็นที่เป็นจุดเด่น หรือเป็นเรื่องที่น่าสนใจ พี่จ๋ายจะสอนว่าเรื่องไหนที่คนไม่ชอบ ยังจะต้องทำ เพราะคนยังอยากจะดู²

”

^{1,2} ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

ทีมงานคุณภาพกับบ้านหลังเล็ก

เราอาจคุ้นตากับกองถ่ายที่มีทีมงานจำนวน 10 - 20 คน พิธีกรสาวสวยหนุ่มหล่อที่แต่งหน้าทำผมด้วยชุดสติไสสวยงาม พร้อมบทบาทการแสดงและอุปกรณ์หลากหลายชนิดสำหรับการลงพื้นที่เพื่อการถ่ายทำรายการ ซึ่งภาพเหล่านั้นต่างออกไปจากกองถ่ายของทีมงานสำรวจธรรมชาติอย่างสิ้นเชิง

พิธีกรภาคสนามและพิธีกร

ดำเนินรายการที่แต่งกายเรียบง่าย รัศกุน ทุ่มมัดทะแมง พร้อมหมวก และเป้หนึ่งใบสำหรับบรรจุอาหารของใช้จำเป็น เพื่อการช่วยเหลือตัวเองให้อยู่รอดจนถึงจุดหมายปลายทาง โดยไม่รบกวนผู้ร่วมทาง พร้อมกับตากล้องคู่หูที่เตรียมความพร้อมในการออกพื้นที่ด้วยความชำนาญ เพียงเท่านี้ก็พอสำหรับการถ่ายทอดเรื่องราวจากโลกกว้างให้ทุกคนได้รับชมกันทุกสัปดาห์ ไม่เพียงแต่การเตรียมความพร้อมทางร่างกายเท่านั้น ด้วยความ

รู้สึกและหัวใจที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความมุ่งมั่น อดทน และตั้งใจที่จะนำสาระความรู้มาสู่ผู้ชม ทำให้การท่องจำเนื้อหาไม่มีอยู่ในการเดินทางเลยสักครั้ง แต่กลับกลายเป็นข้อมูลพื้นฐานจากการสืบค้นและศึกษามาก่อนลงพื้นที่ รวมทั้งความรู้สึกและข้อมูลที่อยู่ตรงหน้าเป็นสิ่งทีพิธีกรภาคสนามได้ถ่ายทอดเห็นถึงความจริงของธรรมชาติที่เกิดขึ้น ณ เวลานั้น

นอกเหนือไปจากพิธีกรภาคสนามและตากล้องแล้ว ทีม



งานสำรวจธรรมชาติยังประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่ตัดต่อที่พร้อมรับข้อมูลภาพจากตากล้องมาเรียบเรียงเรื่องราวในมุมมองต่างๆ ผ่านความมีชีวิตของภาพที่ได้บันทึกไว้เจ้าหน้าที่ด้านเอกสารและประสานงานผู้เตรียมความพร้อมในการลงพื้นที่แต่ละครั้งเจ้าหน้าที่เขียนบทดำเนินเรื่องราวอย่างสอดคล้องและตรงประเด็นเพียงเท่านี้ผลงานที่ดี มีคุณภาพก็เกิดขึ้นได้อย่างไม่หยุดหย่อนในบ้านหลังเล็กแห่งนี้ “Sea Air Land Production”



พิธีกรดำเนินรายการ....พี่และเพื่อนผู้ร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมากกว่า 10 ปี

“

ธรรมชาติเปรียบเสมือนมารดาของพวกเรา เมื่อมีกลุ่มคนที่รักธรรมชาติ
ใจเรารักด้านนี้อยู่แล้ว เมื่อมีโอกาสก็ไม่ต้องตัดสินใจ ยินดีที่จะช่วย³

”

นอกจากเสียงเพลงที่เป็นเอกลักษณ์ของรายการสำรวจธรรมชาติแล้ว ทุกคนที่ชมรายการจะได้เห็นรอยยิ้ม คำทักทายและการร่วมสำรวจธรรมชาติไปกับนักร้องและนักดนตรีผู้ซึ่งคร่ำหวอด



อยู่ในวงการเพลงเพื่อชีวิตมากกว่า 30 ปี ซึ่งเราจะได้เห็นอีกบทบาทหนึ่งของการเป็นพิธีกรดำเนินรายการสารคดีด้วยใจที่เต็มเปี่ยมไปด้วยการอนุรักษ์ เสมือนบทเพลงที่ได้ถ่ายทอดให้ประชาชนร่วมกันรักและหวงแหนธรรมชาติ ซึ่งก็คงจะเป็นใครไปไม่ได้ นอกจาก “คุณยืนยง โอภากุล หรือ แอ๊ดคาราบาว” นั่นเอง

เมื่อได้รับโอกาสจากสถานี



วิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในการทำรายการสำรวจธรรมชาติ ภาพของพิธีกรดำเนินรายการท่านแรกที่คุณเอื้อยนึกถึงก็คือ คุณแอ๊ด คาราบาว จึงได้ไปเข้าพบและเชิญมาร่วมทำรายการด้วยกัน หลังจากได้ทราบเป้าหมายวัตถุประสงค์ของการดำเนินรายการ คุณแอ๊ด คาราบาวแทบไม่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจ เพราะด้วยใจรักในงานอนุรักษ์

³ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

และการที่ได้ร่วมงานถ่ายทำ Music VDO การอนุรักษ์ป่าสน วัดจันทร์ ของชนเผ่าปกากะญอ และการเดินทางร่วมกันเพื่อบันทึกภาพเบื้องหลังการแสดงคอนเสิร์ตหลายครั้งหลายครา ทำให้ความสัมพันธ์ที่ดีได้เริ่มก่อตัวขึ้น จากผู้ที่ไม่คุ้นเคย นำมาสู่ความเป็นพี่ที่เคารพรัก นับตั้งแต่นั้นมาสำรวจธรรมชาติจึงมีคุณแอ๊ดเป็นพิธีกรตั้งแต่ออกอากาศครั้งแรกจนถึงปัจจุบัน

“ การสำรวจธรรมชาติ ทำให้เราได้ อยู่กับธรรมชาติมากขึ้น ได้พบชาวบ้าน ได้รับความรู้จาก ชาวบ้านหลายเรื่องที่เราไม่เคยรู้เลย แต่ชาวบ้านเขารู้ ⁴ ”

จากการร่วมเป็นพิธีกร ดำเนินรายการสำรวจธรรมชาติ ไม่เพียงแต่ทำให้ได้พบกับความหลากหลายของทรัพยากร การ

ค้นคว้าวิจัยในด้านต่างๆ แต่ยังคงไปถึงการเรียนรู้วิถีชุมชนที่อยู่ในพื้นที่นั้นๆ ด้วย คุณแอ๊ดพบว่าชนบางกลุ่มอยู่มาเนิ่นนานกว่า 100 ปี ซึ่งทำให้ได้เห็นภาพมิติหนึ่งของชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของชนเผ่าดั้งเดิมหลายครั้งหลายคราที่เข้าไปสัมผัสกับผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชน แล้วก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่สำหรับคนเมือง เช่น สรรพคุณทางสมุนไพร และการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ของพืชพรรณไม้ สิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้เราได้เรียนรู้ถึงความหมายของคำว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน”

“ การปกป้องดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ให้ผู้คนเดี่ยว ทำคนเดียวหรือกลุ่มเดี่ยว มันไม่ไหวหรอก เมื่อเรามีโอกาส ต้องช่วยกัน ให้กำลังใจคนที่ทำงานด้านนี้ ให้เขารู้ว่างานที่เขาทำมันมีคุณค่า ⁵ ”

การที่ได้เข้าไปสัมผัสชีวิตการทำงานของเจ้าหน้าที่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน ซึ่งมีคนกลุ่มหนึ่งร่วมกันปกป้องผืนป่าโดยใช้ชีวิตเป็นเดิมพัน กลุ่มคนเหล่านี้ต้องเผชิญหน้ากับอันตรายหลายรูปแบบ เช่นเมื่อไม่นานมานี้ได้พบว่าช้างป่าและกระทิงได้ถูกลอบทำร้ายและฆ่าเพื่อการค้าขาย เมื่อมีโอกาสได้เข้าไปเห็นการทำงาน คุณแอ๊ดจึงไม่รีรอที่จะให้ความร่วมมือในการเป็นสื่อ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ในสิ่งที่ได้กลุ่มเล็กๆ กลุ่มนี้ได้ทำ และตั้งมั่นว่าจะช่วยพวกเขาอย่างเต็มความสามารถ



^{4,5} ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>



“

...รายการเล็กๆ มีทีมงานไม่กี่คน แต่เขาทำเพื่อสิ่งแวดล้อม
เพื่อธรรมชาติ ก็เห็นกันมาตั้งแต่ตอนทำรายการส่องโลก
เมื่อน้องसानงานต่อ เราจึงเต็มใจที่จะมาช่วย
และถ้าเป็นไปได้ก็อยากจะช่วยให้มากกว่านี้⁶

”

จากมุมมองที่คุณแอ๊ด คาราบาว
ที่มีต่อรายการสำรวจธรรมชาติ
เราจึงได้รับรู้ว่านอกจากความ
รักในบทเพลงและเสียงดนตรี
แล้ว หนึ่งในงานที่คุณแอ๊ดรักที่
จะทำ คือการได้มีส่วนร่วมในการ
ตอบแทนบุญคุณให้กับธรรมชาติ
โดยการเป็นส่วนหนึ่งของการ
บอกเล่าเรื่องราวของกลุ่มคนที่
ร่วมกันดูแลรักษาทรัพยากรบน
โลกใบนี้ไว้ ดังนั้นเมื่อมีเวลาหลัง
จากการเล่นคอนเสิร์ตคุณแอ๊ดมัก
จะร่วมเดินทางไปกับทีมงานเสมอ
ด้วยความตั้งใจที่จะสนับสนุน
ให้รายการได้ถ่ายทอดเรื่องราว
สาระความรู้ให้กับประชาชน
และการเห็นถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจ
ของทีมงานซึ่งมีสมาชิกเพียง
ไม่กี่คน บวกกับงบประมาณ
จากผู้สนับสนุนไม่กี่ราย แต่ยังสามารถ
สร้างสรรค์รายการออกมาได้อย่างมี
คุณภาพ คุณแอ๊ดจึงไม่ลังเลใจเลย
ที่จะร่วมเป็นคนแบกเป้เพื่อไปสำรวจ
ธรรมชาติมาจนถึงทุกวันนี้



“

...ทุกวันนี้รายการเชิงธุรกิจ
เกมส์โชว์ มีมาก แต่รายการสารคดี
แบบนี้ไม่ค่อยมีแล้วจึงต้องช่วยกัน
สนับสนุน ส่วนเรื่องเงิน
หรือค่าตอบแทนไม่ต้องพูดถึงเลย
แต่ทุกวันนี้ทำรายการออกมาได้
ขนาดนี้ก็ถือว่าเขาทำด้วยใจจริงๆ⁷

”

^{6,7} ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

เมื่อทีมวิจัยได้สอบถามถึงเรื่องค่าตอบแทนในการทำงานร่วมกับศิลปินที่มีชื่อเสียงโด่งดังที่เราคิดว่าค่าตัวคงจะเป็นจำนวนเงินที่สูงลิบ แต่คำตอบที่ได้ยินกลับตรงกันข้ามไปอย่างสิ้นเชิง ค่าตอบแทนสำหรับคุณแอ๊ด คือเอา “ใจ” มาแลก “ใจ” เมื่อน้องใช้ใจทำงาน โดยที่มีแรงจากแฟนขาทั้งสองข้างเป็นตัวผลักดันให้ก้าวต่อไปนั้น เงินกลายเป็นองค์ประกอบที่คุณแอ๊ดไม่เคยคิดที่จะเรียกร้องจากสำรวจธรรมชาติเลย ตั้งแต่เริ่มเป็นพิธีกรครั้งแรกจนปัจจุบันด้วยความต้องการที่จะสนับสนุนให้รายการที่มีรูปแบบเชิงสารคดียังคงอยู่ และถ่ายทอดเรื่องราวที่เป็นสาระความรู้ให้กับเยาวชนและผู้ชมต่อไป สิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้เราสัมผัสได้ถึงคำว่า “พี่และเพื่อนผู้ร่วมทุกข์ร่วมสุข” ที่อยู่เคียงข้างสำรวจธรรมชาติมากกว่า 10 ปี

คนในรูปแบบของ Sea air land

หลายคนอาจมองว่าหากได้ทำงานสารคดี ก็จะได้ไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ได้ถ่ายรูปวิวทิวทัศน์สวยงาม ได้พบเจอกับผู้คนมากมายหลากหลายเชื้อชาติ ได้ไปต่างประเทศได้เห็นโลกกว้างในมุมที่ไม่เคยได้เห็นมาก่อน มโนภาพอันงดงาม

เหล่านี้คงไม่ได้พบในรายการสำรวจธรรมชาติ หรืออาจมีเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งความเป็นจริงของการทำงาน สิ่งที่ได้พบไม่ได้สวยหรูแบบนั้นทุกครั้งไป เพราะธรรมชาติที่ไม่ได้รับการปรุงแต่งมักมีคุณค่าและความสวยงามในรูปแบบของมันเสมอ ดังนั้นการที่นักวิจัยจะเข้าไปศึกษาค้นคว้าสิ่งใดก็ตาม พื้นที่นั้นมักเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้รับการกระทบกระเทือนจากสังคมเมืองมากนัก ความเจริญทางด้านสิ่งก่อสร้างมีน้อยมากหรือแทบไม่มีอยู่เลย ดังนั้นการกิน นอน ขับ

ถ่ายและใช้ชีวิตกลางป่า 10-15 วัน จึงเป็นกิจวัตรที่ทีมงานจะต้องพบเจอเสมอและอยู่ร่วมกับธรรมชาติให้ได้อย่างสมดุที่สุด แม้ท่ามกลางความมืด และความเหน็ดเหนื่อยในการออกสำรวจยามค่ำคืน ที่มีเพียงแสงจากดวงจันทร์เป็นเสมือนแสงไฟนำทาง ทีมงานต้องบันทึกภาพไปพร้อมกับการดูแลตัวเองในยามวิกาลให้ได้ สิ่งเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนด่านวัดใจให้กับคนที่เลือกเดินมาสู่เส้นทางของการทำสารคดี



“

...บางคนมาสมัครงาน พี่ก็ดูจาก
บุคลิก ก็บอกเลยว่าไม่ไหวหรอก
แต่เขาก็บอกกับพี่ว่าผมทำได้ ซึ่ง
เมื่อไปทำงานจริงก็ไม่ไหว เพราะเขา
ไม่เคยเจองานแบบนี้ กลัวไปหมด
หมด รึน ไร หายใจไม่ออก จะหมด
แรงอยู่ในป่า⁸

”

นี่เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งที่
คุณเอื้อยได้บอกเล่าให้ทีมนักวิจัยได้
รับรู้ถึงลักษณะรูปแบบของคนที่
เข้ามาสมัครงาน โดยเห็นภาพงาน
สำรวจธรรมชาติผ่านจากหน้าจอ
โทรทัศน์ ซึ่งความมุ่งมั่น และ
ความท้าทายที่ได้ไปร่วมสำรวจ
กับนักวิจัยหลากหลายสาขา
เหล่านั้น ผู้ที่ได้ชมอาจไม่คาดคิด
ว่ากว่าที่ทีมงานได้มาซึ่งภาพ
เหล่านั้น พวกเขาต้องพบเจอ
กับอะไรบ้าง และการฝ่าฟัน
จนสามารถผ่านจุดนั้นมาได้
ต้องฝึกฝนวินัยให้กับตนเอง
อย่างไร จึงได้ภาพถ่ายสามารถ
บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ อย่างมี
ความหมายเช่นทุกวันนี้

“

..สู้ อดทน และพยายาม⁹

”



สามคำสั้นๆ ที่ผู้บริหารองค์กร
ได้สื่อความหมายให้เราได้เห็นถึง
ลักษณะของ “คนในรูปแบบของ
Sea air land” ในการทำงาน
ทุกคนสามารถทำงานได้เหมือน
กันหมด แต่การที่จะทำสารคดีใน
รูปแบบของ Sea air land นั้น
จะต้องมีความอดทนต่อความ
ยากลำบากในแต่ละครั้งที่ออก
สำรวจ มีใจสู้ ไม่ย่อท้อต่อปัญหา
ที่เดินหน้าเข้ามาแบบไม่ทันตั้งตัว

รวมทั้งสู้กับความอ่อนล้าที่อาจ
เกิดขึ้นในจิตใจทุกขณะที่ก้าวเดิน
และความพยายามในการไปให้ถึง
ปลายทางทุกครั้งที่เราเริ่มต้นเดินทาง
และพยายามสรรค์สร้างรายการ
ที่ดีมีคุณภาพให้ประชาชนได้ชม
สามสิ่งนี้จึงเป็นหัวใจสำคัญของ
คนที่พร้อมเดินทางไปบนเส้นทางของ
การทำสารคดีที่ชื่อว่า “สำรวจ
ธรรมชาติ”

^{8,9} ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

“ ต้องมีความชอบก่อนเลย ชอบ และมีความอดทน
รับได้ทุกสถานการณ์ ทุกสภาพแวดล้อม
อย่างเวลาไปเจอคลื่น ลงเรือ ถ้าหากไม่ไหวครึ่งเดียวคงซัด ”¹⁰



คุณอรุณพงษ์ ธรรมธรรตากล้องที่มีใจรักในการบันทึกภาพธรรมชาติได้สะท้อนมุมมองในการเป็น “คนในรูปแบบของ Sea air land” ดังนี้ ความชอบในสิ่งที่ทำ และความอดทนกับสถานการณ์ ที่ไม่คาดคิดว่าจะต้องเจอในแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการไม่พบสิ่งที่ตั้งใจจะไปบันทึกภาพ การถ่ายทำกลางแดดจ้า กลางทะเล หรือป่าที่เต็มไปด้วยทาก ซึ่งพบเจอเสมออย่าง แม้จะมีการป้องกันแล้วก็ตาม トラบไตที่การตามรอยนักวิจัย

ยังคงดำเนินอยู่ หากไม่มีความอดทนหรือความชอบในสิ่งที่ทำ ความท้อแท้และเหน็ดเหนื่อยก็จะเข้ามาแทนที่ จนวันหนึ่งอาจเป็นสาเหตุในการหยุดเดินทางบนเส้นทางนี้ต่อไป

ร่วมและรวมกัน...สู่การสร้างสรรคผลงานคุณภาพ

สำรวจธรรมชาติในแต่ละเทปที่ได้นำเสนอผู้ชม ได้ผ่านกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน นับตั้งแต่การสืบค้นข้อมูลทาง

ด้านสถานที่ ประสานงาน การเตรียมความพร้อมสำหรับการเดินทาง การบันทึกภาพ การตัดต่อ การใส่เสียงบรรยาย และในขั้นตอนสุดท้ายคือการส่งให้ทางช่องได้พิจารณาความเหมาะสม ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น

การอยู่ร่วมกันในรูปแบบของครอบครัว พี่ดูแลน้อง เพื่อนดูแลกันและกัน ทำให้กระบวนการคิดแนวทาง วิธีการ และเทคนิคต่างๆ ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งการเรียนรู้ของทีมงานสำรวจธรรมชาติ จะไม่ใช่วิธีการบอกให้จำ หรือเล่าให้ฟัง แต่จะเน้นให้เกิดการเรียนรู้จากการสัมผัสจริง เพื่อให้เกิดประสบการณ์ตรง และจดจำ ผักผ่อนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นพนักงานที่เข้ามาร่วมงานในช่วงแรก อาจมีความรู้สึกที่ไม่เข้าใจ หรือสงสัย เพราะคุ้นเคยกับกระบวนการเรียนรู้แบบท่องจำ แต่เมื่อเวลาผ่านไปประสบการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานได้ไปสัมผัส จะทำให้เข้าใจกระบวนการการทำงานมากยิ่งขึ้น



¹⁰ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ และคุณอรุณพงษ์ ธรรมธรรต ช่างภาพอิสระ บริษัท Sea Air Land

“ น้องบางคนเขายังถ่ายไม่ค่อยดีนัก
เวลาออกกองผมก็จะทำให้อู ก็บอกเขาว่า
ถ่ายมาแบบนี้ คนที่ทำงานตัดต่อเขาก็ทำงานได้สะดวก
พยายามให้เขาทำงานให้ดีที่สุด¹¹ ”

เมื่อความรักและความ
อบอุ่นเกิดขึ้นในบ้านหลังเล็ก ๆ
แห่งนี้ จึงส่งผลให้การทำงานเกิด
ความสามัคคีกัน พนักงานมีความ
ผูกพันกัน เมื่อเกิดภาวะวิกฤต
ขึ้นในองค์กร ทุกคนก็ไม่ทอดทิ้ง
หน้าที่ของตน เช่น ในปี 2554
กรุงเทพมหานครเกิดอุทกภัย
ครั้งยิ่งใหญ่ แต่พนักงานทุกคน
ต่างช่วยกันดูแลบ้านหลังนี้ แม้จะ
มีความลำบากในการเดินทางใน
บางช่วง แต่ก็ไม่หน้าที่ของตน
ดูแลซึ่งกันและกันจนสามารถ
ผ่านพ้นเวลาช่วงนั้นมาได้

ทำไมต้องเป็น Sea Air Land

จากการที่ทรัพยากรธรรมชาติ
ในโลกของเรามีได้มีเพียงต้นไม้
และสัตว์ต่างๆ เพียงที่เห็นเท่านั้น
แต่ยังมีทรัพยากรชีวภาพและ
กายภาพประเภทต่างๆ อีกมากมาย
หลายชนิดที่ให้เราได้เรียนรู้และ
ศึกษา วิจัยทางด้านต่างๆ จาก
การเดินตามรอยเท้านักวิจัย
หลากหลายสาขา ทำให้ทีมงาน
สำรวจธรรมชาติได้ทราบว่าทุกพื้นที่
บนโลกใบนี้ ล้วนมีสิ่งที่น่าสนใจ
ซ่อนเร้นอยู่เสมอ จึงเป็นที่มาของ

Sea Air Land Production

Sea การสำรวจผืนน้ำ
ที่กว้างใหญ่ซึ่งประกอบไปด้วย
น่านน้ำแห่งท้องทะเลฝั่งอ่าวไทย
และอันดามัน รวมทั้งลำน้ำ เขื่อน
หนอง คลอง บึง อันเป็นแหล่งต้น
กำเนิดสัตว์น้ำนานาชนิด เพื่อ
นำเสนอถึงการสำรวจ ค้นพบ
และการสร้างแหล่งเรียนรู้ เช่น
การชมเรือหลวงช้างที่บริเวณ
เกาะช้าง เพื่อเป็นแหล่งอนุรักษ์
สัตว์ทะเลและ การศึกษาระบบ
นิเวศแนวปะการัง เป็นต้น



Air การสำรวจสัตว์ปีก
ชนิดต่างๆ การศึกษานกตะกรุม
และนกโพงหัวล้านที่กำลังได้
รับการคืนสู่ธรรมชาติที่ทุ่งเกาะ
พระทอง และการเดินทางโดย
เฮลิคอปเตอร์เพื่อศึกษาพื้นที่ป่า
อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

¹¹ ที่มาของข้อมูล : จากการสัมภาษณ์คุณปิยะ นฤพานนท์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตัดต่อ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

รวมไปถึงการเดินทางผ่าน พากฟ้าสู่การค้นหาและสำรวจ ธรรมชาติบนโลกกว้างในการเดินทางสู่ยอดเขาเอเวอร์เรสต์จาก เบสแคมป์

Land การเดินทางร่วมเจ้าหน้าที่พิทักษ์ไพรในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรฝั่งตะวันตก ป่าสนผืนสุดท้ายในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้พบกับพืชพรรณไม้ และสัตว์ป่าน้อยใหญ่นานาชนิด รวมทั้งวิถีแห่งการอนุรักษ์ของชุมชน และเจ้าหน้าที่ที่อยู่ในพื้นที่ รวมทั้งนักวิจัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ร่วมกันศึกษาค้นคว้า เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านี้ให้คงอยู่ต่อไป



บทหนทาง 10 ปี ของ Sea Air Land Production

จากการเป็นพนักงานเขียนบทของรายการซีพีจอร์ลงเท้า สู่อการทำหลากหลายหน้าที่ในรายการส่องโลก ล้วนเป็นประสบการณ์และการเรียนรู้ รวมถึงเป็นบททดสอบของเส้นทางเดินสู่การเป็นผู้ทำสารคดีในปัจจุบัน

“...ออกกอง ถ่ายเสร็จกลับมาถึงบ้านเที่ยงคืน ตีสองตีสาม เขียนบท จากนั้นถืออกไปทีห้องอัดเสียง กลับมาตัดต่อที่ช่อง แล้วห้าโมงเย็น กลับไปทีห้องตัดอีก เอาไป Mix เสียง แล้วก็เอามาส่งที่ช่อง วันรุ่งขึ้นก็เดินทางต่อ กำแบบนี้ทุกวัน”¹²



หนึ่งประสบการณ์ที่คุณเอื้อยได้เล่าให้ทีมวิจัยฟัง ถึงการทำงานในช่วงแรกในรายการส่องโลก ร่วมกับคุณสันติธร หุตาคม (โจ้ย บางจาก) ซึ่งในยุคนั้นถือเป็นผู้ผลิตรายการสารคดีอันดับต้นของประเทศ นอกจากการปรับแนวความคิดจากประสบการณ์ในการทำสารคดีรูปแบบศิลปะ

วัฒนธรรม จากรายการซีพีจอร์ลงเท้า สู่อสารคดีการเชิงสำรวจแบบบุกป่าฝ่าดง ยังรวมไปถึงการปรับพฤติกรรมในการทำงานและการเรียนรู้ใหม่เกิดที่ขึ้นอย่างไม่ทันตั้งตัว การเดินป่าแบบนักสำรวจ การปีนเขาสูงชันการทำงานท่ามกลางคลื่นลมแรงกลางทะเล โดยที่ไม่มีใครบอกเล่าให้ฟังก่อนการเดินทาง ทำให้ช่วงแรกของการทำส่องโลกต้องเรียนรู้กับปัญหาและอุปสรรคพอสมควร แต่ด้วยความอดทนไม่ย่อท้อต่อความลำบาก และหมั่นเรียนรู้กับทุกเรื่องที่ได้พบเจอ ทำให้ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี ซึ่งประสบการณ์ที่ได้จากการทำหลากหลายหน้าที่ผสมผสานกับการเรียนรู้จากแต่ละพื้นที่ที่ได้ไปสำรวจ ส่งผลให้คุณเอื้อยไม่เพียงแต่เป็นเจ้าของรายการที่ดูแลพนักงานในองค์กรเพียงเท่านั้น แต่สิ่งที่ได้มอบหมายให้พนักงานทำคือสิ่งที่คุณเอื้อยได้ผ่านการเรียนรู้มาหมดแล้วทั้งสิ้น

“ปัญหา เมื่อมันมาเราก็ต้องแก้ เดี่ยวมันก็จะผ่านพ้นไป”¹³

¹² ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, 6 วันที่ 12 ก.ค.2555,



ก่อนจะเหลือสิ่งสุดท้าย

“ เคนิงฟังพี่จัยและพี่สับคุยกัน
วางแผนที่จะช่วยสัตว์ป่า
ก่อนสร้างเขื่อนเขี้ยวหลาน ชอบ
ออกดวงวิญญาณของพี่สับว่า
เราจะทำหน้าที่สื่อถ่ายทอด
เรื่องราวจากป่าให้คนไทยได้รับรู้
ข้อเท็จจริงมากที่สุด ¹⁴ ”

กรอบความคิดในการนำเสนอของรายการสำรวจธรรมชาติ คือ ก่อนจะเหลือสิ่งสุดท้าย ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการสื่อความหมายให้ทุกคนได้รับรู้ว่า เราจะอยู่บนโลกใบนี้ไปพร้อมกับการที่ต้องเห็นทรัพยากรธรรมชาติของเราเป็นเพียงความทรงจำ หรือเป็นเพียงภาพถ่ายเพื่อให้ลูกหลานของเราได้รู้จักอย่างนั้นหรือ

“ แม่กรีนวล ” เต่าทะเลที่ขึ้นมาวางไข่และได้รับการติดตั้งเครื่องติดตามผ่านดาวเทียมเพื่อศึกษาเส้นทางการหากิน

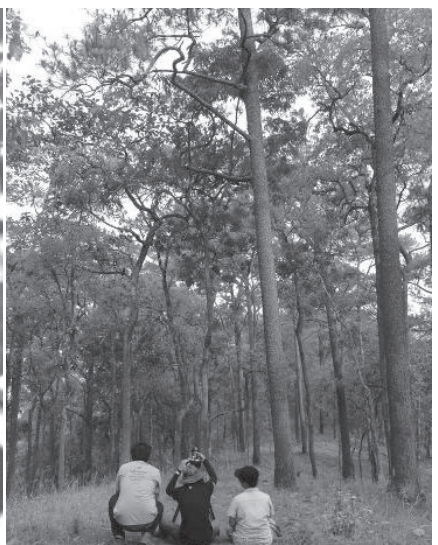
“ นกเงือกหัวแรดตัวเมีย ” ณ ป่าฮาลา บาลา จังหวัดนราธิวาส ซึ่งถือเป็นดัชนีบ่งชี้ความสมบูรณ์ของป่า ที่ปัจจุบันอยู่ในสถานะถูกคุกคามและใกล้สูญพันธุ์

“ ป่าสนสองใบ จังหวัดสุพรรณบุรี ” ป่าต้นน้ำ ศูนย์แม่พันธุ์ไม้สนสองใบ และเป็นที่อยู่อาศัยของชาวกะเหรี่ยง ชนกลุ่มน้อยที่อาศัยอยู่นานกว่า 200 ปี

ทรัพยากรเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่สำรวจธรรมชาติได้แสดงให้เห็นถึงการปกป้องสงวนรักษาไว้ของนักวิจัยและคนกลุ่มหนึ่ง เพื่อมิให้พวกเขาเป็นเพียงทรัพยากรชิ้นสุดท้ายสำหรับลูกหลานของเรา

เส้นทาง...ที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ

บนเส้นทางของการทำรายการสารคดี อาจไม่ใช่เรื่องยาก แต่การทำสารคดีให้ผู้ชมตั้งแต่นั้นจนจบโดยไม่ลุกไปไหน หรือ



¹⁴ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 12 ก.ค. 2555, <http://www.facebook.com/sasivimon>

ไม่เปลี่ยนแปลงนั้น คงไม่มีใครที่บอกว่าเป็นเรื่องง่าย กว่า 10 ปีที่สำรวจธรรมชาติยื่นหยัดคู่กับสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มาจนถึงทุกวันนี้ ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพจากทีมงาน และการนำเสนอข้อเท็จจริงโดยที่ไม่บิดเบือนข้อมูล แม้ว่าการสำรวจครั้งนั้นจะได้พบตามเป้าหมายหรือไม่ก็ตาม

“...การเก็บข้อมูลในการสำรวจ หากฝนตก ถ้านักวิจัยออกไปเก็บข้อมูล พี่ก็จะไปถ่ายภาพพวกเขาทำงานกลางฝน อยู่กันยังงัยทั้งคืน เข้าขึ้นมา กินนอนยังงัย พี่ก็จะอยู่กับกล้อง แล้วก็หันมาคุยกับกล้องว่า ตอนนี้ฝนตก ท้องฟ้ามองไม่เห็น พระจันทร์เลย เรายังไม่รู้ว่าจะมีแต่้าไหม จะขึ้นมาหรือเปล่า แต่เรากำลังเดินไปที่จุดนี้ และจะไปนั่งเฝ้าไปดูว่าสองชั่วโมงที่เรายู่ตรงนี้ จะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง”¹⁵

ด้วยรูปแบบของการถ่ายทอดสิ่งที่ได้ไปพบ ทำให้ทุกครั้งเมื่อทีมงานสำรวจธรรมชาติเริ่มออกเดินทางนั้นหมายถึงการเตรียมตัวพบกับสิ่งที่ไม่คาดคิดมาก่อนเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการหลงป่า การพบกับพืชหรือสัตว์ที่มีพิษ การผูกเปล

นอนกลางป่า การทำงานท่ามกลางสายฝนบนเกาะในเวลากลางคืน ทำให้ทีมงานทุกคนที่ร่วมเดินทางต้องมีการเตรียมร่างกายให้พร้อมอยู่เสมอ การสำรวจไม่ใช่สิ่งที่สวยงามเหมือนดังภาพที่ฉายให้ผู้ชมได้เห็นเบื้องหน้า เพราะเบื้องหลังของภาพที่แสดงชีวิตและเรื่องราวของธรรมชาติเหล่านั้นต้องแลกด้วยความกล้า ความอดทน และที่สำคัญคือใจที่เต็มไปด้วยความมุ่งมั่นความของทีมงานสำรวจ

“ทุกคนต้องมีการเรียนรู้ จะบอกว่าเก่งมาจากไหน เคยทำมาจากไหนก็แล้วแต่ แต่สำหรับที่นี่มันทำงานลักษณะอีกแบบ พี่ไม่สร้างข้อมูล ไม่สร้างเรื่องให้เจ้าหน้าที่แสดง เขาแฮปปี้มากกว่า ถ้าเราเดินไปด้วยกัน นอนกลางดิน กินกลางทราย อดด้วยกัน แล้ววันหนึ่งเขาจะรู้สึกว่าเขาเป็นทีมเดียวกับเขา”¹⁶

การถ่ายทำสารคดีในรูปแบบของสำรวจธรรมชาติ จึงไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับทุกคนที่เดินเข้ามาสมัครงานที่นี่ หลายคนเข้ามาสัมผัสและเดินจากไปด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน แต่อีกหลายคนก็ยังคงอยู่ เพื่อทำตาม

เจตนารมณ์ของตน สิ่งที่คุณเอื้อย และทุกองค์กรต้องพบคือ การสร้างคนไปพร้อมกับการสร้างงาน ซึ่งแม้แต่องค์กรขนาดใหญ่ที่มีจำนวนพนักงานกว่า 1,000 คน ก็ต้องมีการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งเช่นกัน

“...การเล่าให้ฟังก่อนที่เขาจะไปในพื้นที่ ไม่เหมือนกับเขาเอง เพราะเราก็มารู้ว่า เราจะไปเจออย่างนั้นหรือเปล่า สิ่งที่ไม่ไปพบวันนั้น วันนี้อาจจะไม่เจอ เพราะฉะนั้นความต่างในรายละเอียดมันมีเยอะ พี่จะบอกแค่ว่าเขาจะไปกินยังงัย ไปนอนยังงัย แค่นั้นส่วนที่เหลือเขาจะต้องเรียนรู้ด้วยตัวเอง ใครได้หรือไม่ได้ ออกมาแล้วมาคุยกัน ถ้าไม่ใช่สิ่งที่ตัวเองรักก็ไปเลย เพราะเราเจออย่างนี้ตลอด ถ้าทำแล้วไม่มีความสุขอย่างนั้น เพราะถ้ามันไม่สุข มันก็ไม่สนุกแล้ว”¹⁷



^{15, 16, 17} ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณศวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>



การเดินทางไปบันทึกข้อมูล เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการได้พบ เจอกับปัญหาและอุปสรรค ซึ่ง ในความเป็นจริง ทุกขั้นตอนของ การดำเนินการล้วนมีโอกาส ได้พบกับปัญหาทั้งสิ้น ตั้งแต่ การติดต่อประสานงานเพื่อเข้า พื้นที่ การสร้างความไว้วางใจและ ความเป็นมิตรกับนักวิจัย เพื่อให้ ทีมงานได้เข้าไปบันทึกภาพการ วิจัยในแต่ละครั้ง รวมทั้งการนำ ภาพที่ได้มาเรียงร้อยเรื่องราวออก มาให้ผู้ชมได้เห็นในสิ่งที่ไปพบ ทีมสำรวจธรรมชาติจึงเรียนรู้ไป พร้อมกับการสร้างประสบการณ์ ใหม่ในแต่ละพื้นที่ที่ได้ไปสัมผัส



“

...เวลาที่เราไปทำงานกับนักวิจัย งานที่เราทำจะต้องไม่กระทบกันงาน ของเขา จะต้องไม่ทำให้งานเขาเสีย อย่างนักวิจัย เรื่องค่างที่ภูเขียวด้วยพฤติกรรมของค่างที่มันจะหนีคน นักวิจัยพวกนี้เขาต้องสร้างความคุ้นเคยจนค่างไว้วาง กว่าเขาจะเดินเข้าไปนั่งที่ใต้ต้นไม้ต้นเดียวกับค่างได้ 4 – 5 ปี ทุกอย่างคือธรรมชาติ ซึ่งผมไม่สามารถส่งทีมไปสำรวจก่อน เอาจริงกันเลย หากลองต้องเป็นคนที่จะจับทางด้วยตัวเองอยู่ตลอด เราคุยกันไม่ได้ นักวิจัยเขาก็ไม่คุยกัน เราจะไปทำเสียงดังก็ไม่ได้ ทุกอย่างเป็นเงื่อนไขหมดเลย แล้วภาพที่มันสื่อออกมา จะต้องถ่ายทอดให้ได้¹⁸

”



เมื่อการทำงานไม่ได้อยู่ บนความสะดวกสบาย ไม่ได้อยู่ใน ห้องปรับอากาศ หรือสามารถใช้ เครื่องอำนวยความสะดวก ทุกอย่างได้ตลอดเวลา บางครั้งต้อง เข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณ โทรศัพท์และไม่สามารถติดต่อกับ โลกภายนอกได้ การนำพา ตนเองไปสู่จุดหมายปลายทางจึง เป็นสิ่งสำคัญ หากหมดแรงหรือ

¹⁸ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

หมดกำลังใจที่จะก้าวเดินย่อมเป็นอุปสรรคในการถ่ายทอดเรื่องราวให้กับผู้ชมอย่างแน่นอน ด้วยเหตุนี้ทำให้ทีมสำรวจธรรมชาติต้องสร้างความ “นิ่ง” ให้กับตัวเองให้มากที่สุด

“

...การเดินทางของพี่คือการเดินทางไปกับเจ้าหน้าที่พิทักษ์ป่า เพราะเขาทำงานลาดตระเวนจริงๆ แยกปีไปเพราะไม่มีใครแบกให้ เราต้องประมาณตัวเองให้ได้ว่าเราจะเอาอะไรไปบ้าง ทางที่เดินไม่ใช่ทางสำหรับนักท่องเที่ยว ถ้าภารกิจคือการเดินตามช้าง ช้างมันเดินแบบมุด เขาจะไปเก็บขี้ช้างก็ต้องเดินไปตามทางช้างเดิน ไม่มีใครเอาขี้ช้างออกมาให้เราถ่ายช้างนอก เพราะฉะนั้นช้างมันมุดยังไง เจ้าหน้าที่เขาพูดว่าก็ต้องมุดตามด้วย บางทีเจอต้นไม้มันมีพิษ เจอกาก เจอเห็บ ถ้าเราเหนื่อยยกกล้องไม่ไหว มือสั่น ก้าวขาไม่ออก จะทำยังไง เพราะฉะนั้นมันต้องนิ่ง”¹⁹

”

ด้วยบทเรียนที่ต้องการให้เกิดการสัมผัสกับความเป็นจริงที่ต้องเจอ ทำให้คุณเอื้อยเลือกที่จะไม่สอนโดยวิธีการบอก แต่จะทำให้ดูเป็นตัวอย่างและให้ทีมงาน



ได้เรียนรู้ด้วยตัวเขาเอง เนื่องจากแต่ละคนต่างมีข้อจำกัด อารมณ์ความรู้สึก ภาษาและการรับรู้ที่ต่างกันออกไป ดังนั้นการที่ใครสักคนจะยืนอยู่ได้ด้วยวิธีของตนเอง ในวิถีที่ตนถนัดจึงควรเป็นการเรียนรู้ที่ได้ลองสัมผัส

และปรับตัวกับสถานการณ์ในรูปแบบต่างๆ ให้ได้ ซึ่งสิ่งสำคัญไม่ใช่ความแกร่งของร่างกายเพียงเท่านั้น แต่ความนิ่งของจิตใจต่างหากที่เป็นกำลังและแรงบันดาลใจให้ก้าวเดินต่อไปในเส้นทางสายสารคดีได้

¹⁹ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

พันธมิตร..ผู้เคียงข้าง

เพื่อนร่วมคิด พันธมิตรที่พร้อมจะเดินเคียงข้างไปด้วยกัน ไม่ทิ้งกัน เมื่อยามเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ

ไม่ว่าจะเป็น องค์กรขนาดเล็ก หรือองค์กรขนาดใหญ่ก็ตาม ล้วนแต่ต้องการเพื่อนร่วมทางด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่ง ทีมงานสำรวจธรรมชาติก็เช่นกัน

ในระยะแรกของการทำ



“...ได้มีโอกาสไปร่วมทริปและถ่ายทำวิดีโอบรรยายสรุปเกี่ยวกับเรื่องการวางกุ่ม เรื่องของการฝึกนักดำน้ำเพื่อการอนุรักษ์ที่เกาะสิมิลัน ก็ไปเจอเรื่องเล่าซึ่งเป็นยุคแรกเลย ตอนนั้นพี่วินัย กลุ่มอินทร์ ได้ไปดูแล พอเราไปวางกุ่มก็ไปเจอไข่เต่า จึงกลายมาเป็นการศึกษาอย่างจริงจัง แล้วพอตอนหลัง เขาก็มีงบประมาณในการทำวิดีโอเรื่องนี้โดยตรง พี่ก็เลยได้ไปทำเรื่องนี้เต็มตัว มันก็จะมี footage เยอะขึ้น จนมาวันหนึ่งได้รู้จักกับคุณก้องเกียรติ ที่สถาบันวิจัยฯ ทางทะเล ก็ได้ร่วมงานกัน จากทะเลก็มาสูบกที่แสมสาร ก็ได้พบเห็นได้รู้จักกับอาจารย์หลายทีม แล้ววันหนึ่งก็ได้มาเจอคุณกิตติ ที่กุยชิว ซึ่งคุณกิตติรู้จักกับพี่จั๊ยมมาก่อน
จนเราได้มานั่งคุยกัน²⁰

”

รายการสำรวจธรรมชาติ คุณเอื้อย ยังไม่มีทีมงานในแต่ละแผนกเช่นปัจจุบัน หลายหน้าที่ต้องทำด้วยตนเอง แต่การทำงานด้วยความจริงใจและทุ่มเท ส่งผลให้ผู้ที่ได้ร่วมงานด้วยเห็นถึงความมุ่งมั่น

ความพยายามและการเอาใจใส่ใจ ส่งผลให้การพบกันในครั้งนี้ครั้งแรกไม่สิ้นสุดลงเพียงเท่านั้น แต่กลับกลายเป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ในรูปแบบของคนที่มีอุดมการณ์เดียวกัน จนถึงทุกวันนี้

²⁰ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

“...เราจะอยู่กับเขาจนเขารู้สึกอย่างนั้น เราไม่ได้ไปเพื่อถ่ายแล้วก็ออกมา การทำสำรวจธรรมชาติ ทำให้พี่ได้เรียนรู้ว่า ถ้าเมื่อไหร่ที่พี่มีเวลา พี่ควรจะไปอยู่ตรงนั้น ไปใช้ชีวิต ไปเห็นว่าเขาอยู่กับยังงัย”²¹

” เมื่อการเรียนรู้เกิดขึ้นพร้อมกับมิตรภาพ จึงนำมาซึ่งความสุขในการเดินทาง และเมื่อไรที่มีเวลาว่างนอกเหนือจากเวลางาน คุณเอื้อยก็มักจะพาครอบครัวไปใช้ชีวิตอยู่ที่นั่นอย่างสม่ำเสมอ เมื่อคนไม่รู้จักกันมาพบกันบ่อยครั้ง ได้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ได้เรียนรู้พฤติกรรมกันและกัน ความผูกพันในความเป็นเพื่อนได้ก่อตัวขึ้น ทำให้การไปสำรวจแต่ละครั้งได้ข้อมูลและรอยยิ้มกลับมาเสมอ เมื่อเปลี่ยนจากคำว่า “ธุรกิจ การจ้าง การซื้อขาย” ให้กลับกลายเป็น “นักสำรวจ นักบันทึกภาพ พี่ เพื่อน น้อง” เข้ามาแทนที่ การส่งข่าวถึงกัน

ในวันที่มีเรื่องราวที่น่าสนใจในแต่ละพื้นที่ก็เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ จนทำให้คุณเอื้อยได้เรียนรู้ว่า เงินไม่ใช่คำตอบของทุกสิ่ง มิตรภาพและความจริงใจต่างหากที่ทำให้ชีวิตมีความหมาย²²

“...พอเข้าไปก็ไปรู้จักกับชาวบ้านที่นั่น ไปหลายครั้ง ไปเองบ้างไปทำงานบ้าง จนเขากล่าวว่า เอื้อยจะมาอยู่ที่นี่ไหม เดี่ยวยกที่ให้ จนเกิดสีนามิ พี่ก็ลงไปหาค่านะ อยู่จนเป็นเหมือนญาติค่านะ จนทุกวันนี้ถ้าแม่เขารู้ว่าพี่จะไป เขาจะลงไปก็เกาะ เพราะตอนหลัง เขาอยู่บนฝั่งแล้ว มีอะไรเขาก็จะส่งข่าว มีนสร้างความสัมพันธ์กันมาเรื่อยๆ”²³

สุข...จากคุณค่าของการทำสารคดี

“...งานที่เราทำมันมีคุณค่า เราเป็นเหมือนส่วนหนึ่งในการสื่อให้คนดูรู้ว่า ตอนนี้ธรรมชาติเป็นยังงัย รายการสำรวจธรรมชาติไม่ได้เป็นการสำรวจท่องเที่ยวอย่างเดียว มันเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติด้วย เราก็เลยรู้สึกว่าการมีใจที่ได้ทำถึงแม้ว่าจะไม่ได้ดังเปรี้ยงปร้าง แต่เราเป็นเหมือนคนตัวเล็กๆ คนหนึ่งที่พยายามที่จะสื่อให้คนจำนวนมากได้เห็น”²³

คุณค่าของงานสารคดี ได้เริ่มต้นจากความรู้สึกของผู้สร้างก่อนที่จะถ่ายทอดไปยังผู้ชมบ่อยครั้งที่เราได้เห็นรายการสารคดีเชิงท่องเที่ยวพาไปชมสถานที่ต่างๆ เมื่อได้ออกอากาศเพียงไม่นาน นักท่องเที่ยวจำนวนมากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติก็ไปเยี่ยมชมตามคำเชิญชวน หากมีการบริหาร



^{21, 22, 23, 24} ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>



เราได้เห็นว่าคุณค่าของคนทำ
สารคดีไม่ได้อยู่ที่ความโด่งดังของ
รายการ หรือการทำให้สถานที่
ที่ไปถ่ายทำมีนักท่องเที่ยวเพิ่ม
มากขึ้น แต่สิ่งที่แท้จริงนั้นกลับ
เป็นคุณค่า และความภาคภูมิใจ
ที่วันนี้คนกลุ่มเล็กกลุ่มหนึ่งได้
ร่วมกันเป็นกระบอกเสียงให้
ประชาชนได้รับรู้ถึงความสำคัญ
ของการอนุรักษ์ธรรมชาติ และ
เปิดมุมมองของการท่องเที่ยว
ในเชิงอนุรักษ์ให้มากยิ่งขึ้นใน
สังคมยุคปัจจุบัน

“ ไม่เคยมองในเรื่องของ
กำไร ขาดทุน
เพราะถ้าเราไปจับประเด็นตรงนั้น
เราจะเครียด ความสุขมันเกิด
ตอนที่เรานั่งดูงานออนไลน์
...มันอืม ความรู้สึกอืมคือ
การที่เราทำออกมาแล้ว
ประสบความสำเร็จ ²⁵ ”

จัดการที่ไม่ดีพอ สถานที่เหล่านั้น
ก็กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หมด
คุณค่าทางการศึกษาวิจัยและแปร
เปลี่ยนวัตถุประสงค์เป็นการตอบ
สนองความต้องการทางด้านความ
สนุกสนาน บันเทิง การพักผ่อน
หย่อนใจ จนแทบไม่เหลือร่องรอย
ของพื้นที่เพื่อการเรียนรู้และ
การอนุรักษ์ ในทางตรงกันข้าม
การปลูกฝังให้รับกวนธรรมชาติ
ให้น้อยที่สุด อยู่กับธรรมชาติอย่าง
เป็นธรรมชาติ โดยเริ่มต้นจาก

ทีมงานผู้สร้างสรรค์สารคดีเป็น
อันดับแรก ก่อนจะนำไปสู่ผู้ชม
และบุคคลที่ได้ตามไปเห็นความ
งดงามของสถานที่ต่างๆ ทีมงาน
สำรวจธรรมชาติต่างรู้ในคุณค่า
ของการทำสารคดี จึงไม่ต้องการ
ที่จะทำให้สถานที่ที่มีการศึกษา
วิจัยได้ถูกเปลี่ยนสภาพกลายเป็น
แหล่งท่องเที่ยวเพียงชั่วคืน

จากบทสัมภาษณ์ของคุณ
ปิยะ นฤพานนท์ หนึ่งในทีมงาน
สำรวจธรรมชาติ ได้แสดงให้เห็น

หากการดำเนินธุรกิจ โดย
มุ่งเน้นผลกำไรเป็นหลักเพื่อ
ความอยู่รอดและความสุขของ
Sea Air Land Production
คงได้ปิดกิจการตั้งแต่ปีแรกของการ
ดำเนินรายการ ด้วยงบประมาณ
ที่มีจำนวนจำกัด กับการเดินทาง
ไปทั่วประเทศ ทำให้การมอง
ความสำเร็จในแต่ละปีได้ข้ามผ่าน
คำว่า “ผลกำไร” ไปอย่างง่ายดาย
แต่สิ่งที่ทีมสำรวจธรรมชาติได้รับ

²⁵ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

กลับเป็นความอึดที่เกิดขึ้นในใจ
ทุกครั้ง เมื่อได้เห็นภาพการ
ออกอากาศในแต่ละสัปดาห์
ความเหน็ดเหนื่อย อ่อนล้าที่
สะสมมาก็เบาบางลง และเติม
ความสุขในใจให้มีพลังในการ
ออกสำรวจทุกมุมโลกต่อไป

“ การถ่ายภาพ
เป็นเรื่องที่ต้องเรียนรู้
เรามักลองตัวหนึ่ง
หากทำงานบันเทิงก็แค่ถ่าย
แต่งงานสารคดีมันต้องมีการรอ
กว่าจะได้ภาพสัตว์ตัวหนึ่ง
หรือภาพนกเงือกสักฝูง
มันไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ²⁶



จากการสัมภาษณ์ คุณ
สิทธิพร โพธิ์ ตากล้องหนุ่มไฟแรง
แห่ง Sea Air Land Production
ทำให้ทีมวิจัยได้สัมผัสถึงแววตา
แห่งความมุ่งมั่น และแนวความคิด
ที่มีมุมมองทางด้านคุณค่าของ
การผลิตสารคดีอยู่ตรงที่ “การ
รอคอย” เมื่อสิ่งใดก็ตามที่ได้มา
โดยง่าย อาจไม่เกิดคุณค่าทาง
ด้านจิตใจ หากแต่การรอคอย
และช่วงเวลาที่เหมาะสมมาถึง
ทำให้ได้มาซึ่งภาพสะท้อนของชีวิต
ที่จะเล่าเรื่องราวโดยไม่ต้องมีคำ
บรรยายได้นั้น ถือเป็นความสุข
ของนักถ่ายภาพคนหนึ่งที่จะนำ
ไปถ่ายทอดให้สายตาอีกร้อย
พันคู่ได้เห็น และประทับใจใน
ความงดงามของธรรมชาติต่อไป



²⁶ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณสิทธิพร โพธิ์ บันทึกภาพและตัดต่อ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556



หลากหลายความสุข... ในรูปแบบของสำรวจธรรมชาติ



สุขด้วยผู้นำ

“ ...บางครั้งก็ไปสำรวจ
ถามพี่ว่าไม่หนาวหรือ
พี่หนาว แต่พี่จะบ่นไปเพื่ออะไร
บ่นไปก็ยังคงอยู่ตรงนั้น
บ่นไป
เพื่อมันทอนจิตใจลูกน้องเธอ
ถ้าพี่ไม่ไหวแล้วลูกน้องจะไหวเธอ
แต่ถ้าพี่บอกว่าต้องไป
ต้องเดิน เราก็จะเดินไปด้วยกัน
ช่วยกันไป ลากกันไป
ก็ล้มไม่ได้ ²⁷ ”

จากการที่ผู้นำองค์กรมีความเข้มแข็ง อดทน และนำเสนอข้อมูลที่อยู่บนฐานของความจริง พร้อมทั้งจะฝ่าฟันอุปสรรคที่อยู่ตรงหน้า และเคียงข้างไปกับพนักงานในองค์กร ไม่ทอดทิ้งกันและกันยามลำบาก ส่งผลให้

พนักงานในองค์กรมีแบบอย่างในการเป็นผู้ผลิตสารคดีที่มีคุณภาพ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้ถ่ายทอดจากพนักงานรุ่นสู่รุ่นในการดูแลกัน เมื่อต้องเดินทางไปสำรวจพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งการเรียนรู้ด้วยการลงมือลงถูก เพื่อให้เกิดประสบการณ์ด้วยตนเอง ซึ่งมีความมากกว่าการจดจำจากการบอกเล่า พนักงานทุกคนในองค์กรจะได้รับโอกาสในการเรียนรู้และการแสดงความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ แม้ในบางครั้งด้วยวัยที่ต้องการเห็นโลกกว้าง คุณเอื้อก็เปิดโอกาสให้เดินออกไป และเมื่อวันหนึ่งได้เรียนรู้ว่าโลกภายนอกไม่ได้สวยงามอย่างที่ฝันไว้ ก็ยินดีที่จะเปิดประตูต้อนรับกลับบ้านหลังเดิม ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการคิดของพนักงานในการที่จะยืนอยู่ตรงความพอดี การไม่หนีปัญหา แต่เรียนรู้และยอมรับมันให้ได้

นั่นคือสิ่งที่พนักงานได้รับและมีคุณค่ามากกว่าโอกาสหลายร้อยเท่า
สุขด้วยความท้าทายใน
โลกกว้าง

“ ...ได้ออกกองถ่าย
ได้เจออะไรเยอะ ได้รู้จักคน
ได้เจอโลกกว้าง
เหมือนกบออกนอกกะลา ²⁸ ”

การเปิดโอกาสให้พนักงานในองค์กรได้ไปพบกับสิ่งใหม่ในโลกกว้าง ได้ฝึกและพัฒนาทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เป็นสิ่งที่ผู้นำองค์กรหยิบยื่นให้เสมอสำหรับผู้ที่ไม่ปิดกั้นตัวเอง พร้อมทั้งจะลุยและก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นใจ พนักงานหลายคนที่มีโอกาสได้ไปสำรวจธรรมชาติที่ต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น เนปาล อินเดีย พม่า ญี่ปุ่น ต่างได้ฝึกฝน

²⁷ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

²⁸ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณศศิวิมล อยู่คงแก้ว กรรมการผู้จัดการ Sea Air Land Production จำกัด และคุณวรรณวิมล ธาระเขตต์ ฝ่ายประสานงาน วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

และเรียนรู้รูปแบบการทำงานในสถานที่ที่มีความต่างทั้งทางด้านวัฒนธรรม ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวิถีความเป็นอยู่ของพวกเขาเหล่านั้น นอกจากนี้แล้วการเดินทางในเส้นทางที่มีสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศที่ต่างออกไปจากบ้านเรา ทำให้การเตรียมตัว เตรียมใจต้องเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

ไม่เพียงแต่พนักงานในองค์กรที่ได้รับโอกาสในการท่องเที่ยวโลกกว้าง แม้แต่คุณเอื้อก็ได้รับโอกาสจากสถาบันวิจัยข้าวโลกแห่งชาติ ประเทศญี่ปุ่น ในการเป็นส่วนหนึ่งของคณะสำรวจ JARE-51:51th Japanese Antarctic Research Expedition เพื่อศึกษาผลจากภาวะโลกร้อนที่มีต่อสิ่งมีชีวิตและสภาพแวดล้อม และศึกษาประสิทธิภาพของเรือสำรวจลำใหม่ การเป็นตัวแทน

สื่อจากประเทศไทยร่วมเดินทางไปกับแอนตาร์กติกเสมือนเป็นการย้อนรอยความทรงจำครั้งหนึ่งในอดีตที่ต้องทำงานด้วยตนเองทุกบทบาท ทุกหน้าที่ ตั้งแต่การถ่ายภาพ เขียนบท วางโครงเรื่อง สัมภาษณ์ แลกขากล้อง และอุปกรณ์ไปตามสถานที่ต่างๆ ในขอบเขตที่ทีมงานกำหนด ในช่วงระยะเวลา 6 เดือนที่แอนตาร์กติกเกิดการเรียนรู้ใหม่ๆ กับเพื่อนร่วมโลกที่ต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ การบันทึกเรื่องราวและเรียบเรียงออกมาเป็นสื่อที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำงานของนักวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ และการสร้างมิตรภาพให้คงอยู่หลังจากการเดินทางได้สิ้นสุดลงแล้วนั้น ถือเป็นสิ่งที่คุณเอื้อทำได้ทำและสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุขด้วยการได้ทำในสิ่งที่รัก

“

..งานสารคดีมันเป็นอะไรที่เร
ไปเจอตรงนั้นเลย
จากการถ่ายสดถึงภาพจะไม่ได้
แต่เราต้องทำออกมาให้ดีที่สุด
ผมชอบนะ
ชอบมีชีวิตอยู่กับคอมพิวเตอร์
เราอยู่แล้วเรามีความสุข²⁹

”

คุณณัฐพงษ์ นาคราช ฝ่ายตัดต่อได้บอกกับทีมวิจัยถึงความสุขที่เกิดขึ้นเมื่อได้ทำสารคดี แม้ในบางครั้งอาจเจออุปสรรคบ้างในการนำภาพที่ได้จากการลงพื้นที่มาใช้ ซึ่งเป็นการบันทึกภาพโดยไม่ได้สร้างฉากขึ้นมา แต่เป็นการบันทึกสด จึงอาจมีความสั่นไหวหรือมุมภาพที่ใช้งานได้ยาก แต่เมื่องานตัดต่อเป็นสิ่งที่รัก และด้วยความเข้าใจในกระบวนการทำงานของทีมงาน จึงไม่ใช่เรื่องยากเลยที่จะเรียนรู้



²⁹ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณณัฐพงษ์ นาคราช ฝ่ายตัดต่อ, คุณอรธพงษ์ ธรรมธร ช่างภาพอิสระ Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>



จากเพื่อนร่วมเดินทาง ทำให้
สำรวจธรรมชาติสะสมภาพ
ความงดงามของชีวิตเล็กๆ ใน
ป่าใหญ่มาให้รับชมอยู่เสมอ

สุขด้วยการเรียนรู้

“ ...สิ่งที่เราจะไปถ่าย
มันมีพฤติกรรมอย่างไร
เราต้องไปเรียนรู้
พฤติกรรมของมันก่อน
แล้วเราก็ตามพฤติกรรมของเขา³¹ ”

คิดค้น และแสวงหาแนวทางใน
การตัดต่อ เพื่อให้เกิดผลงานที่มี
ประสิทธิภาพ และเพื่อให้ภาพที่
ได้บันทึกมานั้นได้ถ่ายทอดเรื่อง
ราวของตัวมันเองอย่างสมบูรณ์
ที่สุด



“ ...ได้ทำสารคดี นั่นคือความสุขแล้ว
ชอบธรรมชาติ ชอบเห็นวิถีชีวิต³⁰ ”

ช่างภาพอิสระที่ร่วมงาน
กับ Sea Air Land Production
มากกว่า 7 ปี จนเสมือนเป็นสมาชิก
หนึ่งของบ้านหลังนี้ ค้นพบว่า
ความสุขเกิดขึ้นทุกครั้งที่ได้ออก
เดินทางไปอยู่กับธรรมชาติ หลาย
ครั้งหลายคราที่มีงานติดต่อเข้า
มาพร้อมกัน แต่สำรวจธรรมชาติ

มักได้รับการตอบรับเป็นอันดับแรก
โดยแทบไม่ต้องคิด ด้วยใจที่รัก
ในการถ่ายภาพสารคดี ด้วยความ
สุขในการเห็นวิถีที่ต่างออกไปจาก
เดิม แม้ว่าการเดินทางในแต่ละครั้ง
จะต้องพบกับความยากลำบาก
หรือสภาพอากาศที่ไม่เป็นใจ ก็
ไม่ได้ส่งผลต่อความรู้สึกรักในสิ่งที่
ตนเองทำ กลับเป็นความท้าทาย
ที่เชิญชวนให้ไปบันทึกภาพได้
ตลอดเวลา ด้วยความรักในการ
ถ่ายภาพและการเรียนรู้มุมกว้าง

³⁰ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณณัฐพงษ์ นาคราช ฝ่ายตัดต่อ, คุณอรรรถพงษ์ ธรรมธร ช่างภาพอิสระ Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

³¹ ที่มาของข้อมูลและภาพ : จากการสัมภาษณ์คุณอรรรถพงษ์ ธรรมธร ช่างภาพอิสระ และคุณสุขศิษณ์ วิมะสิน Sea Air Land Production จำกัด
วันที่ 25 มิ.ย. 2556, <http://www.facebook.com/sasivimon>

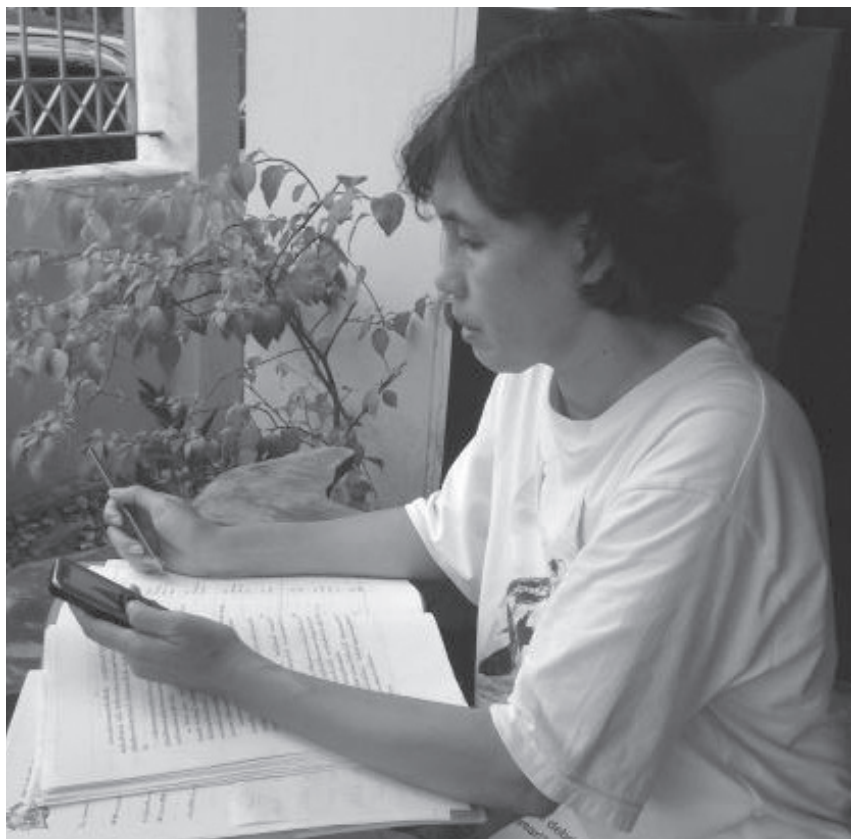
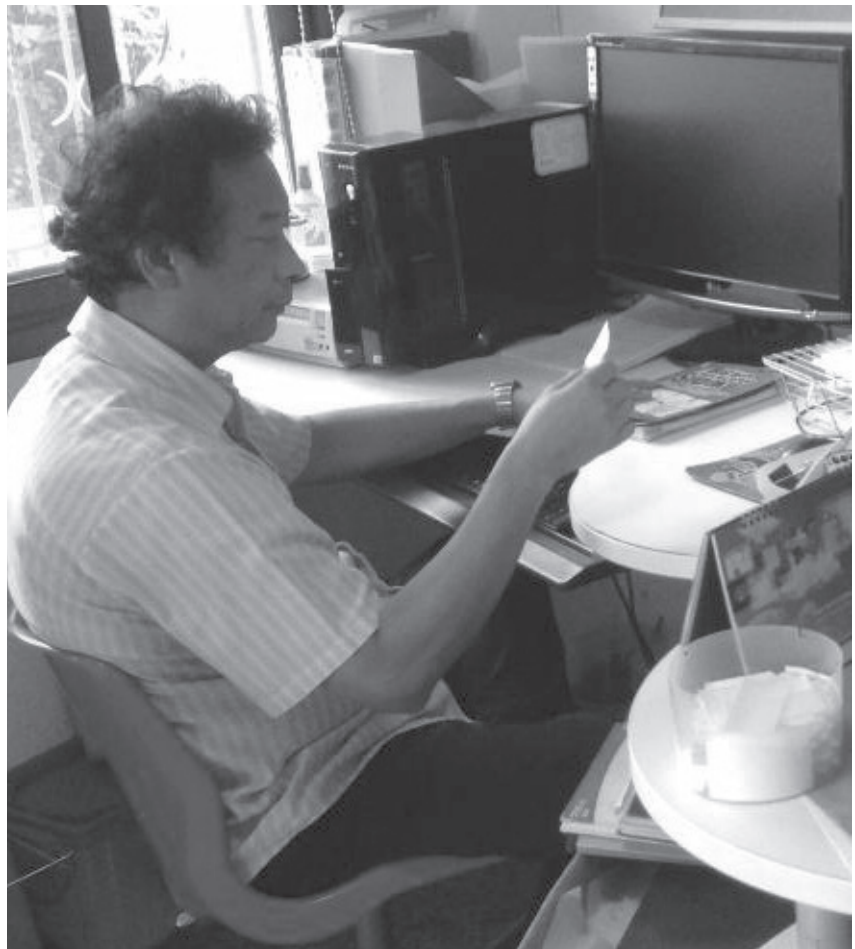
เสียงสะท้อนจากคนแบกเป้

“...การทำสารคดีมันคือชีวิตของเรา
ถึงแม้ว่าวันนี้เราจะไม่มีโอกาสไปออก
กองด้วย ไม่ได้ตัดต่อเอง แต่เราก็ยัง
ได้อยู่ใกล้ชิด ได้มีส่วนร่วม”³³

ความสุขของพนักงานวัย
เกษียณอายุ ที่ได้รับโอกาสใน
การใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมา
ตลอดชีวิตกับการทำสารคดี
มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน
รูปแบบที่ต่างออกไปจากเดิม
การเรียนรู้สิ่งใหม่ไม่ใช่ปัญหา
ในการทำงาน เพราะความรัก
ที่มีให้กับงานสารคดี แม้ว่า
งานที่ทำจะไม่ได้เป็นการออก
กองเพื่อสำรวจธรรมชาติ หรือ
การเข้าห้องตัดต่อเรื่องราวที่
ถูกบันทึกมาอย่างที่เคยได้ทำ
มาในอดีต แต่ความสุขยังเกิด
ขึ้นทุกวันเสมอ ด้วยความผูกพัน
และการได้อยู่ใกล้ชิดกับงาน
สารคดีที่ตนเองรัก

“...ขอให้เรากล้าที่จะทำ อย่าคิดว่า
ทำได้แค่นี้ อยากรให้เราใช้ประสบการณ์
ที่เรามีให้เกิดประโยชน์มากที่สุด”³⁴

ความกล้า อาจไม่ได้เกิดขึ้น
กับทุกคนในโลกใบนี้ การที่คน
คนหนึ่งจะละทิ้งความกลัวแล้ว



³³ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณสุวิมล วิมะลิน ฝ่ายเอกสารและบัญชี Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556

³⁴ ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณวรรณวิมล ธาระเขตต์ ฝ่ายประสานงาน Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556

หันมาเผชิญหน้ากับปัญหา หรืออุปสรรคที่อยู่ตรงหน้า พร้อมกับ การฝ่าฟันไปจนถึงเป้าหมายได้ นั้นคงไม่ใช่เรื่องง่าย การสนับสนุน จากผู้นำองค์กร รวมทั้งการอยู่เคียงข้าง คอยให้กำลังใจจึงเป็นสิ่งที่ทำให้ พนักงานเกิดการพัฒนาทักษะ ทางด้านต่างๆ และเรียนรู้ที่จะต่อสู้ กับความกลัวในทุกสถานการณ์ ได้เป็นอย่างดี

“

.....ช่วงที่ผ่านมา
เราอยากหาสิ่งที่มันคือ
ความพอดี
แล้วก็พบว่าการอยู่ที่นี้เรามีเวลา
มีวันหยุด
มีงานที่เรามีความสามารถ
ที่จะทำได้ เราเข้าใจ
และเรียนรู้ที่จะอยู่กับมัน ³⁵

”

ณ วันที่ได้ก้าวออกไปจาก Sea Air Land Production การเรียนรู้ที่จะอยู่อย่างพอดี ก็ได้เกิดขึ้นเมื่อได้สัมผัสกับ โลกภายนอก สิ่งสวยงามที่เรา คาดหวังว่าจะได้พบ เพื่อนแท้ ในการทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และค่าตอบแทนที่สูงลิบ เป็นเพียงความสุขเพียงชั่วคราว หรือบางครั้งต้องแลกมาด้วยความเครียด ความเหน็ดเหนื่อย จนเกินที่จะรับไหว นี่คือนสิ่งที่ พนักงานวัยสร้างฐานะคนหนึ่ง ได้ไปเรียนรู้ และทำให้เขา ได้ค้นพบว่าที่ตรงนี้ คือสิ่งที่



เสาะแสวงหาโดยตลอด ที่ที่มีความพอดีและความสมดุล ที่มีความสุขและความทุกข์ในระดับที่ไม่มากเกินไปและไม่น้อยจนเกินไป ประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ได้เรียนรู้ที่จะอยู่อย่างมีความสุขบนฐานของความพอดี

“

ผมเริ่มมาจากศูนย์ ที่นี้ให้โอกาส
ผมได้ทำมาจนถึงทุกวันนี้ ³⁶

”

เมื่อได้รับโอกาสในการทำงาน ด้านตัดต่อสารคดี ซึ่งถือเป็นงานที่สอดคล้องกับความต้องการ และตรงตามพื้นฐานความรู้ที่ได้ เรียน จากการไม่ปิดกั้นผู้ที่ไม่มี ประสบการณ์ให้เข้ามาทำงานจึง ทำให้พนักงานส่วนหนึ่งที่ได้รับ โอกาสนี้ และเข้ามาทำงานเป็น ครั้งแรกตั้งแต่ก้าวออกจากรั้ว มหาวิทยาลัย ซึ่งส่งผลให้เกิดความผูกพันกับองค์กร และตระหนักถึง ความสำคัญของการได้รับโอกาสในการ เริ่มต้นชีวิตการทำงานในโลก ของความเป็นจริง

^{35, 36} ที่มาของข้อมูล: จากการสัมภาษณ์คุณปิยะ นฤพานนท์ และคุณณัฐพงษ์ นาคราช ฝ่ายตัดต่อ บริษัท Sea Air Land Production จำกัด วันที่ 25 มิ.ย. 2556

บทสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จ



กว่า 10 ปีที่รายการสำรวจธรรมชาติได้ออกอากาศเผยแพร่สารคดีแนวสำรวจการศึกษาวิจัยทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้กรอบแนวคิด “ก่อนจะเหลือสิ่งสุดท้าย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เห็นถึงวิถีการดำรงชีวิตและการทำงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่ยากลำบากต้องเผชิญกับอันตราย ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ นานา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับการต่อยอดพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่สืบไป

บนเส้นทางแห่งการทำรายการสารคดีที่ผู้นำองค์กรและสมาชิกอีก 7 ชีวิตใน Sea Air Land Production ได้ยืนหยัดมาจนถึงทุกวันนี้ เพราะมีการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง บรรยากาศความเป็นครอบครัว

พี่น้อง เพื่อนพ้อง การให้โอกาสในการนำเสนอแนวคิดสร้างสรรค์ และการสนับสนุนเทคโนโลยีรูปแบบใหม่เพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้พนักงานในองค์กรเกิดกระบวนการเรียนรู้ สู่การปฏิบัติ เมื่อเกิดปัญหาก็พร้อมที่จะร่วมกันเผชิญหน้าด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ เพื่อให้งานที่ตนรักได้เผยแพร่สู่สายตาประชาชน แม้จะเป็นเพียงองค์กรเล็กๆ ท่ามกลางเมืองใหญ่ แต่ความรักในสิ่งที่ทำและการเปิดโอกาสในการเรียนรู้ ส่งผลให้ Sea Air Land Production สร้างสรรค์สารคดีสำรวจธรรมชาติมาอย่างต่อเนื่อง และยังคงเป็นรายการที่ทรงคุณค่าที่นับวันจะเหลือน้อยลงทุกที แม้กระนั้นผู้บริหารและพนักงานในองค์กรก็ยังคงมีความมุ่งมั่นที่จะถ่ายทอดเรื่องราวความ

เป็นจริงที่เกิดขึ้นในโลกใบนี้ให้กับทุกคนได้รับชมต่อไปอย่างไม่ย่อท้อ เพียงเพื่อการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างมิตรภาพที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีวันสิ้นสุด



โมเดลความสุข ความสุขจากการที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสื่อให้ประชาชนได้เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์ ปกป้อง ดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ก่อนจะเหลือเพียงสิ่งสุดท้ายให้กับรุ่นลูกรุ่นหลานของเรานั้น ส่งผลให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรร่วมกันสืบสานปณิธานการอนุรักษ์ และเกิดการเรียนรู้จากโลกกว้างอีกมากมาย จากการฝึกฝนทักษะความรู้ความสามารถของพนักงานด้วยการให้เรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ส่งผลให้พนักงานในองค์กร

จดจำและสร้างสรรค์กระบวนการทำงาน ตลอดจนเกิดการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการให้โอกาสกับพนักงานที่มีอายุเข้าสู่วัยเกษียณ ผู้ซึ่งเปี่ยมล้นด้วยประสบการณ์ ได้ทำงานในสิ่งที่ตนรักและผูกพันมาทั้งชีวิต ส่งผลให้พนักงานเหล่านั้นมีความผูกพันกับองค์กร และพร้อมที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับพนักงานรุ่นปัจจุบันต่อไป

ตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมา Sea Air Land Production ได้พิสูจน์ให้เห็น

แล้วว่า ด้วยความรักในสิ่งที่ทำ ด้วยโอกาสจากผู้นำองค์กร ด้วยจิตใจที่มุ่งมั่นในการนำเสนอความจริงจากธรรมชาติผ่านภาพที่สะท้อนทุกชีวิตบนโลกใบนี้ ด้วยการดูแลพนักงานเสมือนกับครอบครัวเดียวกัน และการฝึกฝนพัฒนาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ส่งผลให้รายการดี มีคุณภาพได้ยืนหยัดอยู่จนถึงทุกวันนี้ และยังคงมุ่งมั่นในการสะท้อนเรื่องราวของของกลุ่มคนผู้ใส่ใจในการปกป้องคุ้มครองธรรมชาติให้คงอยู่สืบไป

Creative (for Social) MOVE

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, วรียา ตียะเจริญ, ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี

Creative MOVE

Introduction

“CreativeMOVE” เป็นองค์กรสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมและเป็นธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ที่เราขอใช้คำศัพท์ที่บัญญัติขึ้นมาให้เฉพาะคนกลุ่มนี้ว่า “นักสร้างสรรค์เพื่อสังคม” การนำเสนอเรื่องเล่าชิ้นนี้เริ่มต้นตั้งแต่รากฐานแนวคิดในการขับเคลื่อนองค์กร ผลงานที่เห็นเด่นชัด ไปจนถึงวิธีการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขของคนในองค์กรท่ามกลางยุคที่การทำงานไม่จำเป็นต้องนั่งทำงานในสำนักงานอีกต่อไป...

CreativeMOVE มีทีมงานสร้างสรรค์ในหลากหลายกลุ่ม แบ่งออกเป็นพนักงานประจำสำนักงาน (Office Permanent) 5 คน พนักงานประจำออนไลน์ (Online Permanent) 3 คน และทีมงานอิสระซึ่งทำงานร่วมกันประจำ (Freelance Permanent) 20 คน โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

Social Innovation Project ดำเนินการในลักษณะที่ปรึกษาให้กับองค์กรต่างๆ ที่สนใจอยากทำโครงการเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์

LL
นักสร้างสรรค์
เพื่อสังคม

11



และการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนที่เรียกว่ากลุ่ม Creative-MOVER¹

InfographicMOVE ดำเนินการผลิต Infographic ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เข้าใจง่าย เพื่อกระตุ้นสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงทัศนคติ และพฤติกรรม และเป็นการใช้ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองสังคม

การศึกษาเรื่องราวขององค์กรแห่งนี้ให้เข้าถึงรากฐานแนวคิดในการขับเคลื่อนองค์กรได้นั้นจำเป็นต้องศึกษาประวัติความเป็นมา และวิถีคิดของชายที่ชื่อ “เอช ธนบุรณ สมบุรณ”² ผู้ก่อตั้งก่อนเป็นอันดับแรก

ชีวิตการเป็นนักสร้างสรรค์เพื่อสังคมของ คุณเอช เริ่มต้นจากการได้รับกล่องตัวแรกจากคุณพ่อ ในช่วงที่ศึกษามัธยมต้นพร้อมกับบทบาทช่างภาพมือสมัครเล่นที่มีหน้าที่ในการถ่ายภาพให้กับคนในครอบครัว เมื่อจบระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเขาได้ศึกษาต่อในสาขา computer science ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เนื่องจากทางครอบครัวเห็นว่าน่าสนใจ เมื่อเรียนจบระดับอุดมศึกษาตามความตั้งใจของครอบครัวแล้ว ได้มีโอกาสเป็น

โปรแกรมเมอร์อยู่ระยะเวลาหนึ่ง แต่เขารู้สึกว่าจะไม่ใช่สิ่งที่ตนเองอยากจะทำไปตลอดชีวิต จึงอยากลองทำตามความชอบของตนเองบ้างด้วยการเดินทางไปศึกษาต่อด้านการถ่ายภาพที่ซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา โดยเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีอีกหนึ่งใบ ด้วยเหตุที่ต้องการเข้าถึงพื้นฐานสำคัญในการถ่ายภาพ ตั้งแต่การเรียนภาคทฤษฎี ในเรื่องประวัติศาสตร์ศิลปะ ทัศนศิลป์ ประวัติศาสตร์ศิลปะ ทัศนศิลป์ ของช่างภาพสำคัญของโลก ทฤษฎีการถ่ายภาพ และการฝึกปฏิบัติ

หลังจากสำเร็จการศึกษา คุณเอช บ่มเพาะประสบการณ์ทำงานที่ต่างประเทศด้วยการเป็นช่างภาพสตูดิโอ ช่างภาพอิสระ และช่างถ่ายภาพโฆษณาเป็นเวลาเกือบ 10 ปี หลังจากนั้นเขาได้กลับเมืองไทย และเริ่มชีวิตการเป็นช่างภาพมืออาชีพโดยได้รับโอกาสให้ร่วมงานกับนิตยสารชื่อดังหลายเล่ม ต่อมาได้รับบทบาทเป็น Photo Director ประมาณ 5 ปี จึงกลับออกมาทำอาชีพช่างภาพอิสระอีกครั้ง และนั่นคือจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่เขาได้ก้าวไปสู่การทำโครงการเพื่อสังคมโดยใช้จุดแข็งของตัวที่ได้จากการทำงานในสายนิตยสาร

นั่นคือ เครือข่ายของนักสร้างสรรค์แขนงต่างๆ

PORTFOLIOS*NET

หลังจากก้าวสู่หนทางของ Freelance เต็มตัว คุณเอช ได้เข้าร่วมโครงการเพื่อสังคมหลากหลาย จนกระทั่งได้เข้าร่วมกับเครือข่ายอาสาสมัครฟื้นฟูประเทศไทย (สยามอาสา) และทำให้เขาค้นพบว่าทางเดินชีวิตบนถนนเส้นใหม่ คืออะไร...

ปี 2552 คุณเอชได้เริ่มสานงานโครงการที่จะสามารถถักทอเครือข่ายของนักสร้างสรรค์ทั่วมืองไทยด้วยเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ชื่อว่า “PORTFOLIOS*NET”³

PORTFOLIOS*NET⁴ คือ ศูนย์กลางสำหรับแสดงผลงานของกลุ่มคนที่รักงานศิลปะ ตั้งแต่ Creative, Art, Design, Fashion, Film, Model, Music และ Photo พร้อมให้บริการข่าวสาร (News) กิจกรรม (Event) และข้อมูลสมัครงานจากทั่วประเทศ (Job Classifieds) นอกจากนี้ยังเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Creative Community) สำหรับนักสร้างสรรค์ทั้งมือใหม่ มือสมัครเล่น และมืออาชีพ เพื่อการพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนผลงาน ข่าวสาร และประสบการณ์

¹ติดตามข่าวสารของกลุ่มคนที่สนใจในการเป็นอาสาสมัครเพื่อสังคมร่วมกับ CreativeMOVE ได้ที่ www.facebook.com/groups/creativemovers/
²บทสัมภาษณ์คุณเอช ธนบุรณ สมบุรณ จาก www.liferevo.org/index.php?option=com_content&task=view&id=461&Itemid=73

³ถอดความจากคลิปสัมภาษณ์ของคุณ ธนบุรณ สมบุรณ จากการออกรายการวิทยุสถานีข่าวและสาระ FM100.5 ออกอากาศ 18 มกราคม 2554, www.youtube.com/watch?v=XR_k6TT2LeM

⁴ที่มา www.portfolios.net/about

PORTFOLIOS*NET

THAILAND'S CREATIVE ART & DESIGN COMMUNITY | PORTFOLIOS*NET



ปี 2556 มีสมาชิกลงทะเบียนแล้วกว่า 23,000 คนจากทั้งใน และต่างประเทศ
แบ่งออกเป็นนักสร้างสรรค์ 42 กลุ่ม
มีผู้เข้าชมมากกว่า 2,000,000 คน (Absolute Unique Visitors)
จาก 181 ประเทศทั่วโลก ตั้งแต่เปิดให้บริการปี 2009
ที่มา: Google Analytics 09/2013

เมื่อเปรียบ PORTFOLIOS*NET เหมือนกับ Creative Community แล้วการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในชุมชนแห่งนี้ได้ประโยชน์อย่างไร คำกล่าวหนึ่งที่คุณเอช ได้กล่าวอย่างติดตลก แต่เป็นตลกร้ายที่สะท้อนชีวิตของนักสร้างสรรค์ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

LL

ถ้าผลงานที่ดี แต่อยู่ผิดที่
ผิดทางอาจทำให้คุณค่าได้ ก็
เหมือนกับการเอาหูดูลามไป
วางในตลาดโตรุ่ง คือ ของดี
แต่คนไม่เห็นค่า⁵

TT

PORTFOLIOS*NET ถูก ออกแบบมาเพื่อใช้เป็นพื้นที่ใน แบ่งปัน แลกเปลี่ยน สร้างสรรค์ งานศิลปะ อย่างไม่จำกัดประเภท ในการแสดงผลงาน โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยสิ่งที่มาหล่อเลี้ยง เว็บไซต์ให้ดำเนินการอยู่ได้ คือ รายได้จากการการขายพื้นที่ แบนเนอร์โฆษณาบนหน้าเว็บ และกำลังใจที่ได้รับจากสมาชิก ที่ส่งผ่านถึงผู้ดูแลเว็บไซต์ว่า เขา เหล่านั้นสามารถมีรายได้จากการขายงานศิลปะให้กับลูกค้าที่ เข้ามาชมผลงานของพวกเขาที่ แสดงอยู่บนเว็บไซต์นี้

เมื่อชุมชนนักสร้างสรรค์ แห่งนี้ได้รวมตัวกันเหนียวแน่น มากขึ้นๆ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิด เครื่องขายที่เข้มแข็ง ทำให้สมาชิก ในชุมชนนักสร้างสรรค์แห่งนี้ ก็เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อเกิดการรวม กลุ่มเป็นชุมชนนักสร้างสรรค์ที่ เข้มแข็งได้แล้วก็เปรียบเสมือน พลังงานที่อัดแน่นอยู่รวมกัน และพร้อมที่จะเปล่งแสงออกมา เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกัน หรือ ขับเคลื่อนกระบวนการที่ก่อให้เกิด ผลกระทบในวงกว้างได้อย่าง เป็นรูปธรรม

⁵ คลิปสัมภาษณ์ของคุณ ธนบูรณ์ สมบูรณ์ จากการออกรายการวิทยุสถานีข่าวและสาระ FM100.5 ออกอากาศ 18 มกราคม 2554, www.youtube.com/watch?v=XR_k6TT2LeM



CreativeMOVE: Creative Solutions for Social Innovation. Our mission is to create social impact through creativity, art & design.



ในเว็บไซต์ creativemove.com มีการนำเสนอเรื่องราวของการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยวิธีต่างๆ จากทั่วทุกมุมโลกอย่างต่อเนื่อง ที่มา: www.creativemove.com

หลังจากความสำเร็จของ PORTFOLIOS*NET⁶ ปี 2555 คุณเอช ได้ให้กำเนิด Creative-MOVE องค์กรสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับให้กลุ่มคน 3 กลุ่ม ได้มาพบกัน และเกิดความร่วมมือเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม กลุ่มคนเหล่านี้ประกอบด้วย



ที่มา: โครงการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับองค์กรแห่งความสุข (Happy HOME Model)

กลุ่ม “ผู้มีทุน” ได้แก่ องค์กร ในภาคส่วนต่างๆ ที่มีเงินทุน สนับสนุนให้เกิดโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม แต่ยังขาดความเข้าใจในปัญหา และไม่เชี่ยวชาญในการดำเนินโครงการเพื่อสังคม แต่มีเจตนาารมย์ที่อยากทำให้สังคมให้ดีขึ้น

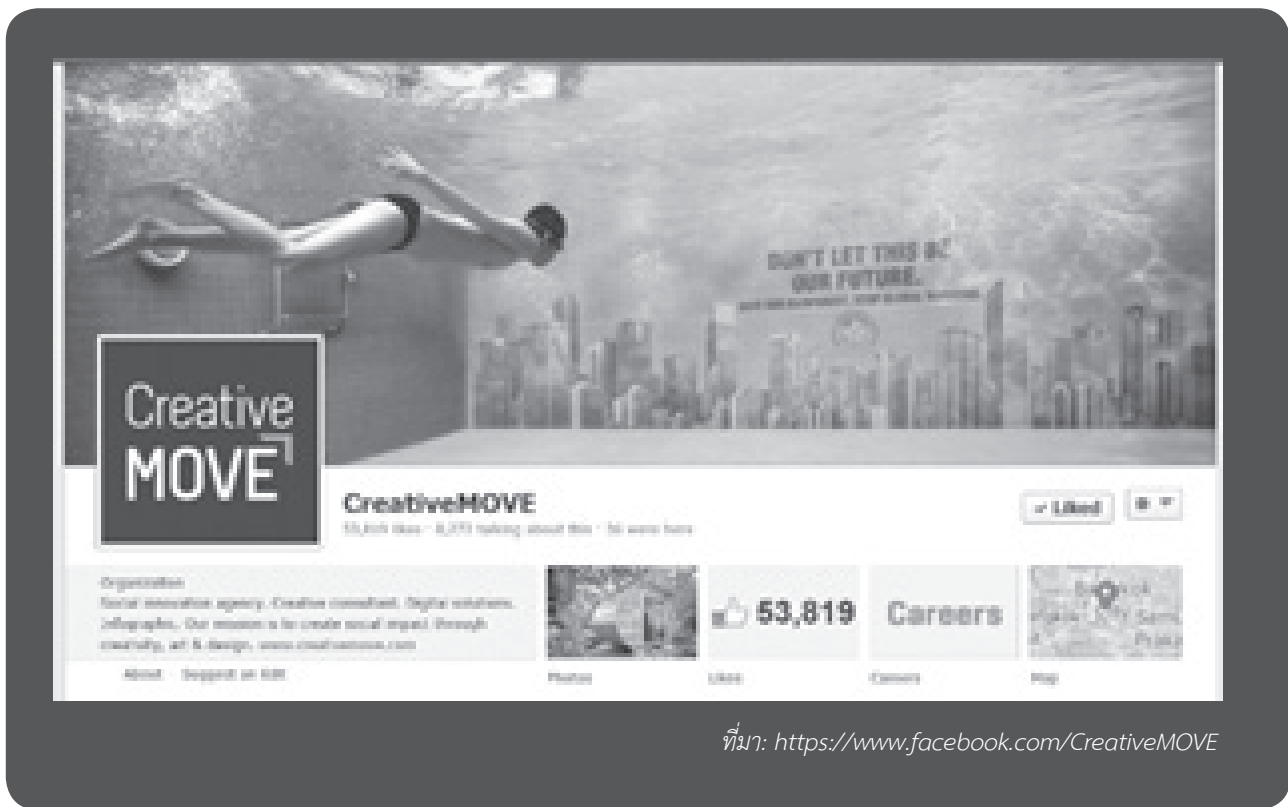
กลุ่ม “ผู้ใกล้ชิดปัญหา” ได้แก่ องค์กร กลุ่มคนที่ข้องเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ มีความเข้าใจถึงรากเหง้าของปัญหาในเรื่องนั้น แต่ยังขาดผู้สนับสนุน และขาดความชำนาญในการสร้างสรรค์โครงการที่แก้ไขปัญหาสังคมได้อย่างยั่งยืน

กลุ่ม “นักสร้างสรรค์เพื่อสังคม” ได้แก่ ฐานสำคัญจาก

สมาชิกกว่า 23,000 คน ของ PORTFOLIOS*NET ที่สามารถแวะเวียนมาใช้พลังสมอง ประกอบกับกำลังจากจิตใจ ในการสร้างสรรค์และช่วยกันขับเคลื่อนโครงการเพื่อแก้ไข ปัญหาสังคม แต่ขาดแหล่งเงินทุน และขาดความเข้าใจ ปัญหาสังคมอย่างถ่องแท้

เมื่อ CreativeMOVE สามารถประสานความร่วมมือของกลุ่มคนทั้ง 3 ฝ่ายได้แล้ว ขั้นตอนต่อไป องค์กรแห่งนี้จะมีการแสดงบทบาทเป็นเจ้าภาพ (Responsibility) เป็นผู้ที่เอื้ออำนวย (Facilitator) อีกทั้งการแสดงบทบาทเป็นผู้ลงมือปฏิบัติ (Practitioner) เพื่อให้

⁶ สัมภาษณ์ ทีมงาน Creative MOVE ณ HUBBA Thailand วันที่ 28 มกราคม 2556



ที่มา: <https://www.facebook.com/CreativeMOVE>

โครงการแก้ปัญหาสังคมด้วยนวัตกรรม (Social Innovation Project) ได้เกิดขึ้นผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) เป็นตัวขับเคลื่อนในการแสดงบทบาทต่างๆ และดำเนินการต่อไปจนจบกระบวนการ และเห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม ดังเช่น โครงการศูนย์การเรียนรู้ “Green Hope project”

Social Innovation Project

หลักสำคัญของการทำโครงการเพื่อสังคมในแบบ CreativeMOVE คือ

“การเติมเต็มส่วนที่ขาดให้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด”

กรณีศึกษาสำคัญของโครงการที่ CreativeMOVE ได้ทำให้เกิดขึ้นจนสำเร็จ ได้แก่ โครงการร่วมกับ บมจ. แอสเสริ ซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของเมืองไทย ซึ่งถือเป็นตัวอย่างหนึ่งของ “กลุ่มผู้มีทุน” ที่ได้ร่วมงานกับ CreativeMOVE โดยการนำวัสดุเหลือใช้จากการทำโครงการคอนโด หรือ บ้านจัดสรร มาพัฒนาต่อยอดความคิดให้เกิดเป็นโครงการศูนย์การเรียนรู้ “Green Hope project” ให้

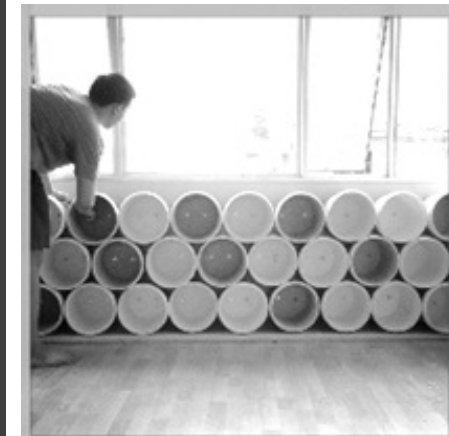
กับ ชุมชนอินทร์อุดม (ช.ตีวนนทร์ 45) จ.นนทบุรี

โครงการนี้เริ่มจากการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งของบมจ. แอสเสริ และพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถนำมาใช้ในการทำโครงการได้ ประกอบกับการสำรวจความต้องการของเยาวชนในพื้นที่ชุมชนอินทร์อุดมว่าอยากได้ห้องสมุดแบบใดผ่านการประสานความร่วมมือกับ แผนก Design Solution Department ของแอสเสริ, กลุ่ม OpenSpace⁷ และเครือข่ายจาก CreativeMOVE และ PORTFOLIOS*NET

⁷ openspace คือพื้นที่ออนไลน์เปิดสำหรับรับความร่วมมือจากหลากหลายอาชีพ ที่มีความสนใจในการทำงานกับชุมชนโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย โดยมองไปถึงการเกิดขึ้นของชุมชนที่น่าอยู่ในอนาคต การจัดการทรัพยากร และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เรายินดีเปิดพื้นที่นี้ และร่วมมือกับผู้ที่สนใจสร้างสรรค์สิ่งดีๆร่วมกัน ด้วยมุมมองใหม่ และใจที่เปิดกว้าง, www.facebook.com/pages/OpenSpace



ตัวอย่างของนวัตกรรมเพื่อสังคมด้วยการนำวัสดุเหลือใช้
ของธุรกิจมาเพิ่มมูลค่า



ถังสี (ขนาดเล็ก) → กระถางปลูกผัก
ถังสี (ขนาดใหญ่) → ชั้นวางหนังสือ

editors



ยางรถยนต์ → โต๊ะ



เศษไม้ → โต๊ะ, ม้านั่ง, ชั้นวางรองเท้า, ชิงช้า



เศษผ้า -> Bean Bag



ไว้นิล โฆษณา -> กั้นสาด



ที่มา: www.facebook.com/InfographicMOVE

InfographicMOVE by CreativeMOVE

เมื่อ CreativeMOVE ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมและเริ่มเดินได้อย่างมั่นคงระดับหนึ่งแล้ว องค์กรแห่งนี้ได้

ต่อยอดแนวความคิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อทำให้สังคมดีขึ้น ด้วยการเปิดแผนกใหม่ขึ้นมาเพื่อผลิต Infographic โดยเฉพาะ ใช้ชื่อแผนกใหม่นี้ว่า Infographic MOVE

InfographicMOVE ตั้งเป้าในการผลิตผลงาน Infographic เพื่อสร้างความตระหนักให้คนในสังคมได้เห็นถึงปัญหาทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ สังคม การศึกษา สิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ และสุขภาพ ว่าเรากำลังเผชิญปัญหาอะไรอยู่ และรู้สึกตระหนักอยากที่จะมาเปลี่ยนแปลงแก้ไขปัญหา โดยเริ่มจากตนเองก่อน แล้วก็ขยายไปสู่วงกว้างในระดับประเทศ โดยเลือกประเด็นที่เป็นกระแสในช่วงเวลานั้นๆ ขึ้นมา

กระบวนการทำ Infographic แบบ CreativeMOVE¹⁰

Research

Analyze

Design

การสร้างผลงาน Infographic แต่ละชิ้นของ CreativeMOVE แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

Research: การเลือกข้อมูลที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ หรือจากองค์กรที่เป็นพันธมิตรกับ CreativeMOVE เช่น มูลนิธิโลกสีเขียว, มูลนิธิกระจกเงา,

สภาอากาศไทย, WWF, Greenpeace และ Unicef เป็นต้น



Analyze: ข้อมูลที่ถูกต้องจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือจะถูกลดให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายขึ้นโดยทีมที่วิเคราะห์ข้อมูลซึ่งกำลังต้องการเป็นจำนวนมาก และทาง CreativeMOVE กำลังมีความร่วมมือกับ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยรังสิต

⁸ รูปแบบหนึ่งของ Graphic Design ที่นำ Information ที่มีปริมาณเนื้อหาหมากมาทำเป็นภาพให้ดูศึกษาเข้าใจได้ง่ายขึ้น

^{9, 10} ถอดความจากรายการ @News EP34 Talk About : InfographicMove ออกอากาศผ่านช่อง Truelife TV เผยแพร่เมื่อ 13 เม.ย. 2013 www.youtube.com/watch?v=8wZ5AM3nEYg

และ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อ
ระดมนักศึกษาที่มีใจอยากช่วย
สังคมเข้าร่วมทำข้อมูลในส่วนนี้

เคล็ดลับสำคัญที่ช่วยให้
Content ของ Infographic
MOVE มีความน่าสนใจ คือ เมื่อ
ข้อมูลได้รับการย่อย และจัด
ลำดับเรื่องราวใหม่แล้ว จะมีการ
ทดลองเล่าเรื่องให้ทีมงานได้ฟัง
และพิจารณาว่าเหมาะสม และ
เข้าใจง่ายเพียงพอหรือยัง ก่อน
ที่จะส่งให้ส่วนต่อไปผลิตงาน
Graphic ออกมา

หัวข้อกระตุกสังคม

รายละเอียด

วิธีการเปลี่ยนแปลง

ที่มา: www.creativemove.com/infographic/

Design: เมื่อได้รับข้อมูล
ที่ผ่านการกลั่นกรองและจัด
ลำดับการเล่าเรื่องมาอย่างดีแล้ว
ทีมสร้างสรรค์งาน Graphic ก็
ดำเนินการออกแบบผลงาน
Infographic ให้ดูน่าสนใจมากที่สุด
โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบ
ดั่งภาพ

Most Popular Infographic Design

ตัวอย่างของ Infographic ที่
ตอบโจทย์สังคมและผู้ที่ติดตาม
ผลงานของ CreativeMOVE
มากที่สุดคือ “6 โรคฮิตมนุษย์
ออฟฟิศ” สังเกตเห็นได้จากจำนวน
ผู้ที่กด share ภาพนี้จากแฟนเพจ
ของ CreativeMOVE มีจำนวนสูง
ถึง 2,438 ครั้ง สูงที่สุดเมื่อเทียบกับ
ผลงาน Infographic ชิ้นอื่นๆ
ของเพจ InfographicMOVE by
CreativeMOVE สาเหตุที่เป็น
ไปได้มากที่สุดที่ทำให้ผลงานชิ้น
นี้มีผู้กด share สูงสุด คือ ผู้ที่
เข้าถึงอินเทอร์เน็ต และติดตาม
แฟนเพจของ CreativeMOVE

มีบริบทการทำงานที่
คล้ายคลึงกันจนส่งผล
ให้ประสบกับโรคต่างๆ
เหล่านี้ ไม่มากก็น้อยไม่
แตกต่างกัน และเมื่อเห็น
ถึงสาเหตุ ผลที่ตามมา
และวิธีป้องกัน ซึ่งมีครบ
ถ้วนในหน้าเดียว และ
เป็นภาพที่ลำดับเนื้อหา
ชัดเจนเข้าใจได้ง่าย จึง
ทำให้มีการกด share
ให้กับเพื่อนในเครือข่าย
ของตนได้เห็นกันเป็น
จำนวนมาก

ที่มา: www.creativemove.com/infographic/



ตัวอย่างผลงาน Infographic อีกชิ้นหนึ่งที่สะท้อนปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ชัดเจน และส่งผลให้เกิดการรับรู้ไปทั่วโลกได้แก่ ผลงานชุด Greepeace ผลงานชิ้นนี้เกิดจากความร่วมมือของ InfographicMOVE และ Greenpeace ประเทศไทย ในโครงการรณรงค์ “Save the Artic” ที่ Greenpeace รณรงค์ไปทั่วโลกโดยใช้สื่อในหลากหลายรูปแบบ รวมถึง Infographic ซึ่งสำหรับประเทศไทยใช้การรณรงค์ด้วย Infographic หลังจากผลงาน Infographic ชิ้นนี้ เผยแพร่ออกไป ทางสำนักงาน Greenpeace สหรัฐอเมริกา ได้นำผลงานชิ้นนี้ไปแปลเป็น 3 ภาษา (อังกฤษ, อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์) เพื่อเผยแพร่ไปทั่วโลก โดยให้เครดิตกับ Infographic MOVE ด้วย

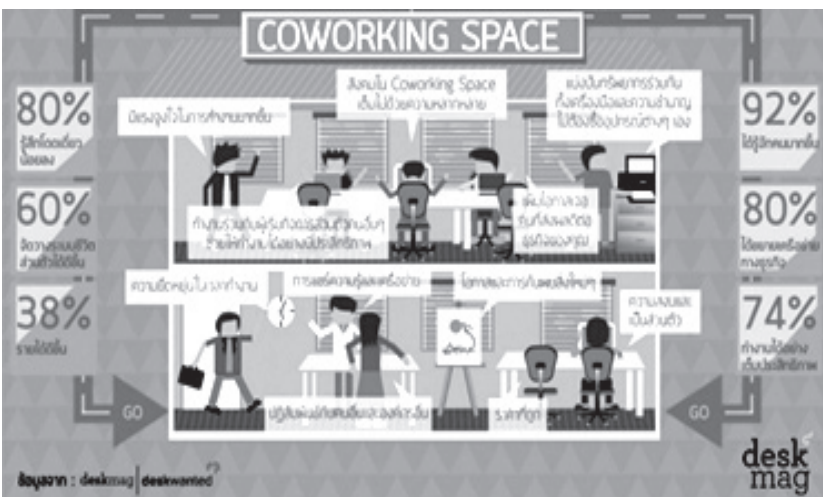
ที่มา: www.creativemove.com/infographic/melting-arctic/

แม้ว่า CreativeMOVE จะดำเนินงานมาได้เพียงปีเศษ แต่ผลงานที่ออกสู่สังคมเริ่มเห็นเป็นรูปธรรมหลายชิ้น รวมถึงการเป็นที่ปรึกษาด้านสร้างสรรค์ให้กับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

และที่ปรึกษาให้กับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ด้วยผลงานอันเป็นที่ประจักษ์และเกิดขึ้นต่อเนื่อง ทำให้การศึกษาเสน่ห์ซึ่งดึงดูดให้ผู้คน และองค์กรต่างๆ อยากเข้ามาร่วมมือกับองค์กรเล็กๆ แห่งนี้เป็นประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก และเพื่อ

ทำความเข้าใจกับองค์กรนี้มากขึ้น ผู้เขียนจึงขอนำท่านผู้อ่านเข้าสู่บทถัดไปในส่วนของวิธีการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขของนักสร้างสรรค์เพื่อสังคมแห่งนี้

ยุคที่การทำงานไม่จำเป็นต้องนั่งทำในสำนักงานอีกต่อไป...Creative Atmosphere



LL

ความเป็นกันเอง และบรรยากาศในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะงานกราฟฟิคดีไซน์เป็นงานที่จะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ สิ่งนี้ก็สำคัญ

คุณต้า Graphic Designer

11

ที่มา: www.creativemove.com/infographic/melting-arctic/



การเลือก Private Office ของ HUBBA Thailand (ถนนเอกมัย กรุงเทพฯ) ซึ่งเป็นหนึ่งใน Co-Working Space เพียงไม่กี่แห่งของเมืองไทยเพื่อใช้เป็นฐานที่มั่น (Head Quarter, HQ) ของ CreativeMOVE นั้นสอดคล้องกับบริบทขององค์กรที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ และการถักทอเครือข่ายเป็นตัวขับเคลื่อน

ผลงาน เนื่องจากพลวัตภายใน Co-Working Space จะช่วยสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Creative Atmosphere) มีผู้คนจากหลากหลายองค์กร หลากหลายสาขาได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนทัศนะ ความคิดเห็น ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์งานมากขึ้น เกิดความรู้สึกลอยลางมาที่ทำงาน

อยากทำงาน ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสเจอผู้คนที่ส่งผลดีต่อองค์กร หรืองานของตนเอง และยังมีโอกาสแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน ทั้งเครื่องมือ และความชำนาญ รวมทั้งมีความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถเช่าพื้นที่ private office ห้องประชุม ได้ตามความจำเป็น



LL

สภาพแวดล้อม บรรยากาศสบายๆ ทำงานกันจริงจัง แต่ไม่เครียด เหมือนนั่งอยู่ในบ้าน มีสวน ถ้านั่งในออฟฟิศเมื่อๆ ก็ไปนั่งคิดในสวนได้ คือไม่Fixว่าต้องนั่ง แต่ที่โต๊ะทำงานนะ บรรยากาศการประชุม เหมือนมานั่งคุย นั่งปรึกษากันมากกว่าค่ะ คุณพิรณภัทร์ โสภณกิตติกุลชัย, นักศึกษาฝึกงาน

TT



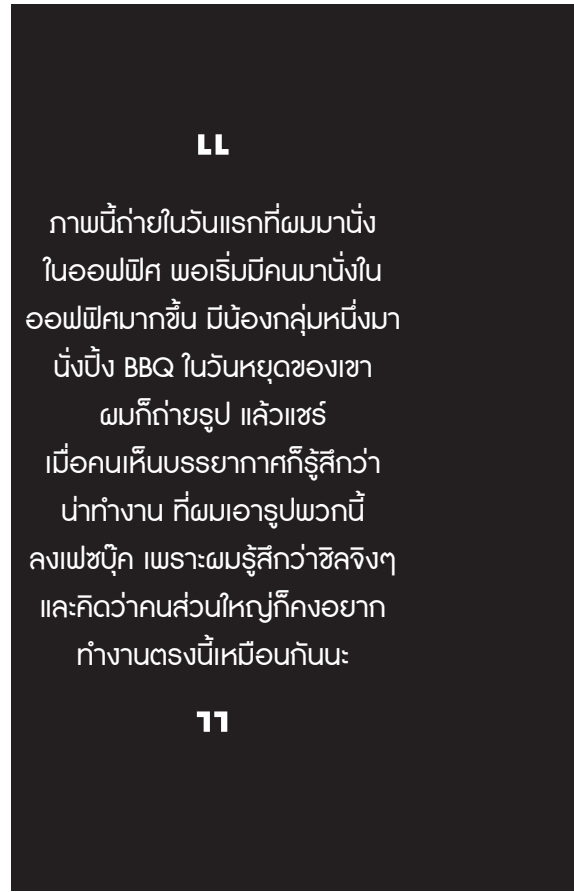
เมื่อองค์กรอย่าง CreativeMOVE อยู่ท่ามกลางสถานที่ทำงานที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์จึงไม่ใช่เรื่องที่เกิดความคาดหมายหากผลงานขององค์กรจะออกมาดี และคนทำงานมีความสุขในการทำงาน แต่ถึงกระนั้นด้วยบรรยากาศที่เอื้ออำนวยแบบนี้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน ในส่วนถัดไปจึงเป็นการนำเสนอวิธีการดูแลกันและกันภายในองค์กรให้มีความสุข



Creative Recruitment

การเลือกใช้ภาพประกอบ การรับสมัครงานประจำออฟฟิศ ผ่านช่องทาง FanPage ของบริษัท โดยใช้ฉากของที่ทำงาน พนักงาน ที่ดูเป็นกันเอง และคำพูดที่เป็นมิตร แสดงมิตรไมตรีตั้งแต่เริ่มต้น ให้กับผู้ที่อยากมาร่วมงาน

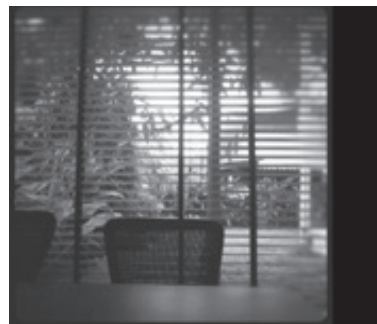
กับองค์กรแห่งนี้ เป็นตัวบ่งบอก ถึงความคิดสร้างสรรค์ในการรับสมัครคนเข้าทำงานแบบที่แตกต่าง จากองค์กรทั่วไป คุณเอช ธนบุญธรรม ได้กล่าวถึงที่มาของการเลือกใช้วิธีนี้ได้อย่างเรียบง่ายไม่ซับซ้อนไว้ว่า



11

ภาพนี้ถ่ายในวันแรกที่ผมมานั่งในออฟฟิศ พอเริ่มมีคนมานั่งในออฟฟิศมากขึ้น มีน้องกลุ่มหนึ่งมานั่งปิ้ง BBQ ในวันหยุดของเขา ผมก็ถ่ายรูป แล้วแชร์เมื่อคนอื่นบรรยากาศก็รู้สึกที่น่าทำงาน ที่ผมเอารูปพวกนี้ลงเฟซบุ๊ก เพราะผมรู้สึกว่าซึ้งจริงๆ และคิดว่าคนส่วนใหญ่ก็คงอยากทำงานตรงนี้เหมือนกัน:

11





LL

อยากรู้ว่าสิ่งที่เขากำ ก่าอย่างไรถึง
Success ทั้งเรื่องของ Social Media
การทำธุรกิจ
เพราะพี่เขามี Direction ที่ดี เหมือนรู้ว่า
อะไรจะมา อะไรจะ work

๓๓

คุณติม Personal Assistant

หลังจากได้คนที่ใช้มาร่วม
งานแล้ว การผสมผสานความใช้
นี้ให้ทำงานร่วมกันเป็นองค์กร
นวัตกรรมสังคมได้นั้นเป็นความ
ท้าทายที่น่าสนใจ และควรค่าแก่
การเป็นกรณีศึกษาให้กับสังคม
ได้เรียนรู้ว่า CreativeMOVE ขับ
เคลื่อนองค์กรไปด้วยวิธีการใด...

ผลจากการใช้วิธีการดังกล่าว
แสดงให้เห็นได้จากจำนวนผู้สมัคร
รวมทุกตำแหน่งมากกว่า 300 คน
ซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
โดยการคัดเลือกใช้วิธีการพิจารณา
ผลงาน ประวัติการทำงาน และ
สัมภาษณ์เหมือนองค์กรทั่วไป แต่

เหตุใดองค์กรแห่งนี้จึงได้คนที่ใช้
เข้ามาทำงาน...

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิธีการนี้ได้
รับการตอบรับเป็นอย่างดีเนื่องจาก
คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่
องค์กรอยากได้มาร่วมงานมีความ
เชื่อมั่นในศักยภาพ และแนวคิด

การทำองค์กรอยู่แล้ว ประกอบ
กับการใช้วิธีการรับพนักงาน
ที่แตกต่างย่อมทำให้ดึงดูดผู้
ที่มีศักยภาพและเชื่อมั่นใน
แนวทางขององค์กรเข้ามาร่วม
งาน

คนที่ใช้ในแบบ CreativeMOVE



อยากเปลี่ยนแปลงสังคม



มีความคิดสร้างสรรค์



รักการเรียนรู้



มองโลกในแง่ดี

CreativeMOVE Driver

CreativeMOVE มีวิธีการทำงานที่อุดมไปด้วยการทำงานในลักษณะโครงการ ดังนั้น การศึกษาวิธีการขับเคลื่อนองค์กรสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมด้วยความคิดสร้างสรรค์ควบคู่กับความสุขของคนในองค์กรแห่งนี้จึงทำโดยการค้นหาว่าองค์กรแห่งนี้มีเครื่องมือ และเทคโนโลยีการบริหารโครงการสมัยใหม่อะไรบ้าง และมีหลักการการดูแลคนรุ่นใหม่ให้มีความสุขได้อย่างไร

เครื่องมือการบริหารโครงการที่ **CreativeMOVE** ใช้เป็นประจำ และเป็นเสมือนแผนที่นำทางของแต่ละโครงการ คือ



LL

แม้เป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆ ที่เข้ามาทำงาน แต่การได้ร่วมงานกับบริษัทที่มีงานท้าทาย การได้ใช้ความถนัดทางกราฟฟิคสื่อออกมาให้กับผู้คนได้รับรู้ และอยากเข้าร่วมกับเรา การที่เราสามารถวิเคราะห์ประเด็นปัญหาพร้อมกันเพื่อแก้ไขในงาน และลูกค้ารู้สึกประทับใจนี้ก็ทำให้ผมมีความสุขและยิ้มได้

๓๓

กฤษณ์ คำ Graphic Designer

เครื่องมือการบริหารโครงการ (Soft Tools)

Mind Map ●

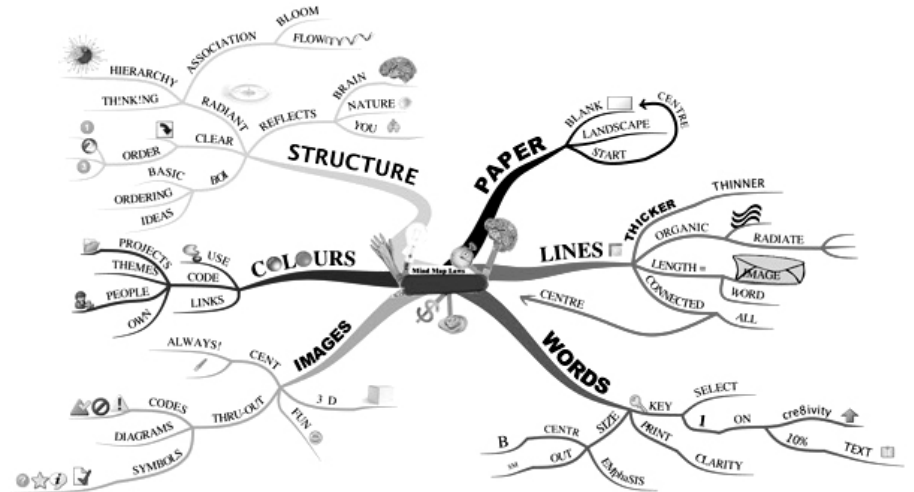
Gantt Chart ●

Recap ●

Post it ●

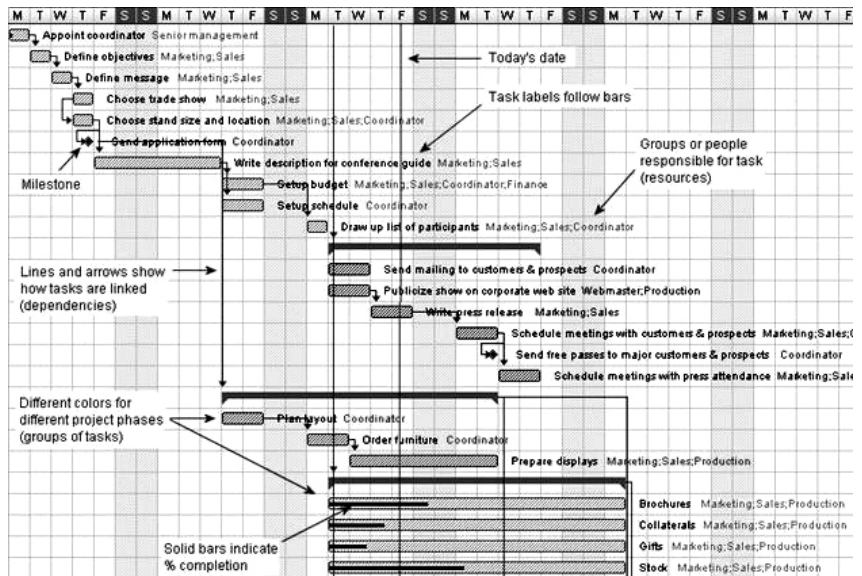


Mind Map¹¹ ในทุกครั้งที่จะเริ่มโครงการใดๆ Creative MOVE จะมารวมตัวกัน และระดมความคิดด้วยข้อมูลที่แต่ละคนเตรียมมา และระบุปัจจัยทั้งหมดที่จะต้องพิจารณาลงใน Mind Map ซึ่งใช้เวลาในส่วนนี้พอสมควรจนกระทั่งมั่นใจได้ว่า เป้าหมายแนวคิด วิธีการ และกำหนดการในการทำโครงการนั้นถูกต้องเหมาะสม และทุกคนในทีมเข้าใจตรงกันจึงเริ่มดำเนินโครงการในขั้นต่อไป



ที่มา: <https://www.facebook.com/CreativeMOVE>

เมื่อเริ่มดำเนินโครงการ ปัญหาที่พบบ่อยสำหรับการทำโครงการ คือ การทำงานได้ไม่ทันกำหนดเวลา การประสานงานโครงการ และการสื่อสารความคืบหน้าของโครงการให้ทีมได้ทราบพร้อมกัน แต่ CreativeMOVE เลือกใช้เครื่องมือการบริหารโครงการที่เรียบง่ายแต่ได้ผลดี นั่นคือ การ Gantt Chart Recap, และ Post it



ที่มา: www.gantt.com/

Gantt chart¹²- เครื่องมือที่ทีม CreativeMOVE ค้นเคยสังเกตุได้จากที่สำนักงานที่นี้มีการติดตั้งบอร์ด Gantt chart ขนาดใหญ่ไว้ที่ผนังบริษัทเพื่อให้ทุกคนในทีมเห็นภาพรวมความคืบหน้าการทำงานโครงการต่างๆขององค์กร



ที่มา: www.post-it.com/wps/portal/3M/en_US/Post_It/Global/Solutions/Organize/

¹¹ Mind Map คือ เทคนิคการถ่ายทอดความคิด หรือข้อมูลต่าง ๆ โดยการใช้กราฟพิคทั้งภาพ สี เส้น และการเชื่อมโยงอย่างอิสระ ใช้ในการแปลงความคิดให้เห็นภาพและเห็นประเด็นที่เกี่ยวข้องได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ที่มา: www.tonybuzan.com/about/mind-mapping/

¹² Gantt Chart คือ เครื่องมือที่ใช้ในการวางแผน และติดตามความคืบหน้าของโครงการ ที่มา: www.gantt.com/

Recap - CreativeMOVE

ใช้วิธีการนี้ในการประชุมอัปเดตความคืบหน้าโครงการตามกำหนดที่ระบุใน Gantt Chart หรือใช้สำหรับการอัปเดตภาพรวมของทุกโครงการในวันจันทร์หรือ วันเริ่มต้นสัปดาห์ของการทำงาน

Post it¹³- เทคนิคที่ Creative

MOVE ใช้เป็นประจำในการเตือนตนเองว่ามีสิ่งใดต้องทำเพื่อช่วยให้เกิดความแม่นยำ และครบถ้วนในการทำโครงการแต่ละช่วง

นอกจากเครื่องมือการบริหารโครงการแล้ว Creative MOVE ยังมีการใช้เทคโนโลยีการบริหารโครงการที่น่าสนใจและเป็นตัวอย่างให้แก่องค์กรทั่วไป ได้แก่ Google Doc และ Base Camp

Google Documents หรือ Google Docs คือ บริการออนไลน์สำหรับบริหารจัดการเอกสารทั้งในรูปแบบของไฟล์ Doc, Spreadsheet และ Presentation ของ Google แต่ผู้ใช้งานต้องมี e-mail address ของ Gmail และเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

เทคโนโลยีการบริหารโครงการ (Hard Tools)

Google Doc

Base Camp



Google™ Docs

ข้อดีของ Google Doc

- ประหยัดทรัพยากรกระดาษและพื้นที่เก็บเอกสาร
- แก้ไขเอกสารออนไลน์ได้พร้อมกันแบบ Real Time (Online Working Space)
- ฐานข้อมูลขององค์กรที่ครบถ้วนและเข้าถึงง่าย (Organization database)

¹³ Post it คือ เครื่องมือที่ช่วยในการวางแผน เตือนความจำ พัฒนาขึ้นโดยบริษัท 3M ที่มา: www.post-it.com/wps/portal/3M/en_US/Post_It/Global/About/



Basecamp¹⁴ คือ บริการซอฟต์แวร์สำหรับการบริหารโครงการ ผู้ใช้สามารถสร้าง, แก้ไข, ส่งงาน โดยมี feature การให้บริการ ต่างๆ ได้แก่ To-do list, Milestone management, Document และ Share File การเลือกและการนำ

เครื่องมือสมัยใหม่เพื่อมาช่วยในการบริหารโครงการต่างๆ นั้น เป็นสิ่งที่องค์กรทุกแห่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารโครงการให้บรรลุเป้าหมายได้ แต่ถึงกระนั้นการบริหารโครงการให้ประสบความสำเร็จด้วยความสุขของทีมงานได้จำเป็นต้องอาศัย

หลักการดูแลคนให้มีความสุขควบคู่กับการใช้เครื่องมือการบริหารโครงการสมัยใหม่ซึ่งขึ้นอยู่กับธรรมชาติขององค์กรแต่ละแห่ง เช่นเดียวกับ **Creative MOVE** พวกเขามีหลักการดูแลคนซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ Gen Y¹⁵ อย่างไร

¹⁴ ที่มา: <http://thumbsup.in.th/2012/08/startup-3-tools/> และ <https://basecamp.com/>

¹⁵ พนักงานบริษัท CreativeMOVE จำกัด มีอายุไม่เกิน 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มอายุในช่วง Gen Y

หลักการดูแลคนรุ่นใหม่

FIT

จับคู่งานกับคนที่เหมาะสม

FUN

ทำให้คนสนุกกับงาน

FACILITATE

ช่วยให้คนทำงานง่ายขึ้น

FLEXIBLE

เมื่อตึงเกินก็ต้องหย่อนลงบ้าง

Happy Workplace for New Gen

การดูแลคนรุ่นใหม่อาศัยความเข้าใจในธรรมชาติของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ชอบการถูกบีบบังคับ เข้าใจว่าแต่ละคนชอบทำอะไรไหน เพื่อที่จะทำอะไรไหนซึ่งงานแต่ละชิ้นมีความหลากหลายซึ่งล้วนแล้วแต่เหมาะสมกับทีมงานแต่ละคนได้

หลักการสำคัญ คือ การทำให้ทีมงานสนุกกับงานที่มีปริมาณมาก ทำให้พวกเขาอยากทำมากกว่าต้องทำ ที่สำคัญองค์กรต้องมีเครื่องมือที่ช่วยให้พวกเขาทำงานได้ง่ายขึ้น และในบางครั้งหากสถานการณ์ภายในทีมเกิดสภาวะตึงเครียดก็ควรทำให้บรรยากาศผ่อนคลายลง

CreativeMOVE เดินทางอยู่บนถนนของกิจการเพื่อสังคมได้เพียงไม่นาน แต่พวกเขาสามารถทำผลงานให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาชาวไทย และคนทั่วโลก อย่างไรก็ตามการจะเดินบนสายทางสายนี้ได้อย่างยั่งยืนเป็นความท้าทายที่ต้องอาศัยปัจจัยหลายสิ่งประกอบกัน

สิ่งที่เราได้เรียนรู้จากพวกเขา คือ ความสุขที่พวกเขามีทุกวันนี้ มาจากการได้เห็นภาพองค์กรทั้งปัจจุบันและอนาคตอย่างชัดเจนร่วมกัน รวมไปถึงการได้อยู่ในองค์กรที่มีการจัดการสนับสนุน

ให้คนทำงานมีความสุข และสนุกกับงานได้ในทุกวัน และคงไม่เป็นการกล่าวเกินจริงที่จะเรียกองค์กรแห่งนี้ว่า “องค์กรแห่งความสุขเพื่อคนรุ่นใหม่”



LL

ที่นี่ Flexible เราไม่บังคับ อยากให้สนุกกับงาน
ระหว่างทำงาน
บางครั้งเล่น Social Media หรือเปิด Youtube ดูก็ได้
และกลับมาทำงานต่อ
ด้วยความที่เด็กรุ่นใหม่
ถ้าถูกบังคับมากๆ เขาจะหนี
เราควรหันมาบริหารเวลาของตนเองดีกว่า
เมื่องานใกล้ส่ง เราก็ถามน้องเป็นระยะว่าทำถึงไหนแล้ว
ถ้าติดขัดเราก็จะได้ช่วยแก้ไขปัญหาก็ให้น้องได้ทันเวลา
เราจะไม่ไปกดดัน ไม่ใช่อารมณ์กับน้อง

๗๗

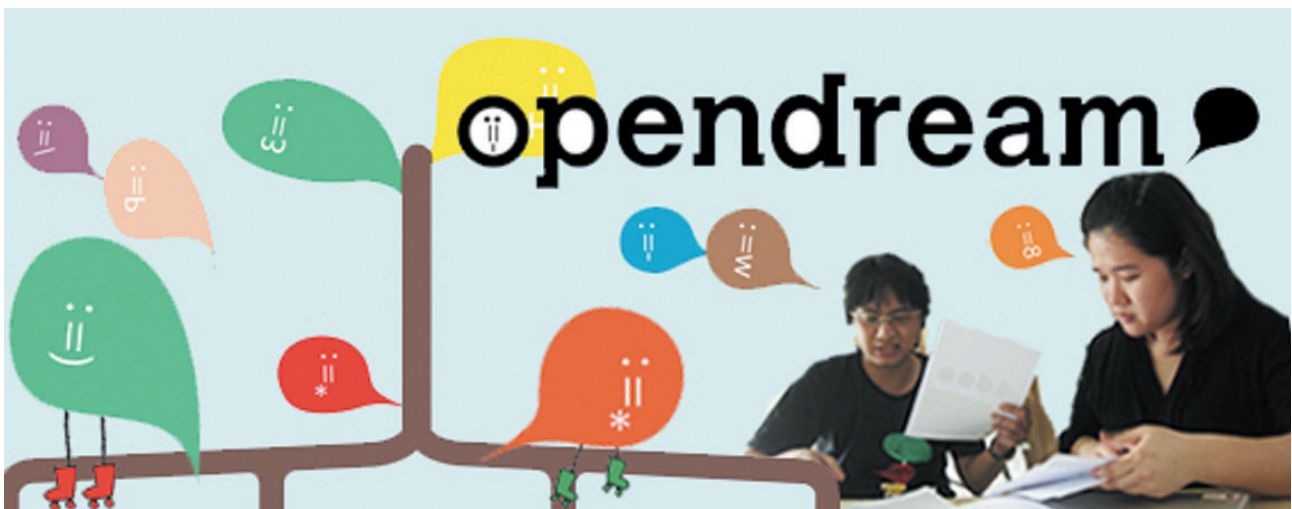
เคล็ดลับในการดูแลคนรุ่นใหม่ โดย
คุณอิทธิพร ตึกแสง, Project Manager



opendream

The IT Social Enterprise of Thailand

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ปิยรัตน์ สิริคมสัน, ผศ.ดร.จุฑามาศ แก้วพีจิตร์



opendream

The IT Social Enterprise of Thailand มีต้นกำเนิดที่ไม่ได้หิวหวานน่าอัศจรรย์ใจแต่อย่างใด หากแต่เพียงเกิดขึ้นจากความกลัว...

กลัวความมั่นคง...

กลัวการเป็นเพียงฟันเฟือง...

คุณหนึ่ง (พัชรภรณ์ ปันสุวรรณ ผู้ก่อตั้ง, opendream) รู้สึกกลัวความมั่นคง และคิดว่าหากยังคงทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ต่อไป คงจะกลายเป็นเพียงฟันเฟืองตัวเล็กๆ ตัวหนึ่ง ซึ่งคล้ายกับคุณเก่ง (ปฏิพันธ์ สุภำเภา ผู้ก่อตั้ง, opendream) ที่เฝ้าตั้งคำถามกับค่านิยมขององค์กรใหญ่ และรอคอยวันเวลาที่ก้าวออกไปเพื่อบางสิ่งที่ทรงคุณค่าและแตกต่างออกไปจากกระแสหลัก

ของสังคม

ต่อมาทั้งคู่จึงตัดสินใจลาออกจากงานประจำที่ทำ หลังจากทำงานมาได้ 3 ปี เพื่อเดินทางไปค้นหาเส้นทางชีวิตที่ชัดเจนมากขึ้น ณ ประเทศสิงคโปร์ ที่นี่พวกเขาได้มีโอกาสร่วมงานกับองค์กรด้าน IT ซึ่งมีงานบางชิ้นที่ได้นำความรู้ด้าน IT ไปใช้ในการช่วยสังคม แม้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 ของงานทั้งหมด แต่นั่นทำให้เห็นถนนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในที่สุดหนุ่มสาวทั้ง 2 ก็เดินทางกลับเมืองไทยและร่วมกันก่อตั้งกิจการ IT เพื่อสังคมขึ้น ในปี 2008 โดยได้รับการสนับสนุนจากโครงการ Youth Social Enterprise Initiative (YSEI)¹ ในฐานะกิจการเพื่อสังคม ที่มีชื่อ

LL

เกิดขึ้นจาก
ความกลัว...

กลัวความมั่นคง...

กลัวการเป็นเพียง
ฟันเฟือง...

LL

¹ ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://change4fusion.eu/projects/asia/832>

ว่า “opendream”

“opendream” ซึ่งองค์การแห่งนี้มีที่มาจากความชื่นชอบใน opensource software² และการมีความฝัน(dream) ที่อยากช่วยให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น โดยออกแบบองค์การให้เป็นกิจการเพื่อสังคมที่เป็นส่วนผสมของธุรกิจเชิงพาณิชย์ และองค์การไม่แสวงหาผลกำไร เพื่อสร้าง Impact สู่สังคม โดยมีเป้าหมายให้กิจการดำเนินการได้ในระยะยาวโดยมีกำไรสุทธิไม่เกินร้อยละ 20 ต่อปี

ลักษณะงานที่ opendream³ ดำเนินการอยู่ประกอบด้วย

1. ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ที่มีค่าใช้จ่ายต่ำและเว็บไซต์สำเร็จรูป
2. พัฒนาลูกเล่นและโปรแกรมออนไลน์
3. สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์
4. ให้ความรู้และสนับสนุนซอฟต์แวร์ open source

5. จัดกิจกรรม BarCamp ในรูปแบบการจัดสัมมนาให้ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่ได้รับการโหวตจากสมาชิกมากที่สุด

6. ค้นหาและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อปรับใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละโครงการ

ผลตอบแทนด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม:

• ตั้งแต่ปี 2008 ที่บริษัทถือกำเนิด opendream ได้ทำงานให้องค์กรภาคสังคมและหน่วยงานด้าน CSR ของบริษัทต่างๆ มากมายกว่า 90 โครงการ และทำเว็บไซต์มากกว่า 50 เว็บไซต์

• ส่งเสริมและช่วยเหลือองค์กรต่างๆ ที่ทำประโยชน์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ทำให้องค์กรเหล่านั้น ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ยกตัวอย่างเช่น การทำเว็บไซต์หมอชาวบ้าน (www.doctor.or.th) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ จากนิตยสารหมอชาวบ้าน ตลอด 30 ปี มาแปลงเป็นเนื้อหาดิจิทัล โดย opendream ได้เข้าไปช่วยพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้เป็นในรูปแบบดิจิทัล และซอฟต์แวร์ที่ดาวน์โหลดง่าย

ปรากฏว่าจำนวนผู้เข้าเว็บสูงขึ้นมาก และเข้าผ่านช่องทางเสิร์ชเอ็นจินมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น จนมีผู้เข้าไปใช้บริการเพิ่มขึ้นจาก 1,000 คน ต่อเดือนเป็น 1,000,000 คน ต่อเดือน เท่ากับช่วยปรับปรุงการกระจายความรู้ด้านสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมนับพันเท่า

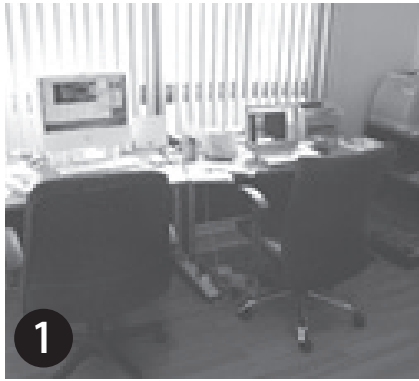
• ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบการส่ง SMS รายงานโรคระบาดให้เหมาะสมกับคนไทยและลาว ร่วมกับ InSTEDD (Innovative Support to Emergencies, Diseases and Disasters) และองค์กรภาคอื่นๆ ระบบนี้ช่วยลดความล่าช้าในการรายงานโรคระบาดได้ถึง 1 ใน 3



²คือซอฟต์แวร์ที่เผยแพร่ด้วยสัญญาอนุญาต (license) ที่ประกันสิทธิในการศึกษา เผยแพร่ แก้ไข และใช้งานซอฟต์แวร์ได้อย่างเสรี เป็นชนิดของซอฟต์แวร์ที่ไม่ใช่แค่ให้ใช้งานเช่นเดิมซ้ำแล้วซ้ำเล่า แต่เปิดโอกาสให้เรียนรู้เทคโนโลยีที่อยู่เบื้องหลัง หรือแม้แต่ว่าจะพัฒนาต่อยอดมันต่อไป แนวคิดโอเพนซอร์สแท้ที่จริงแล้วแล้วก็คือการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มาพร้อมกับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ที่มา: <http://www.nectec.or.th/rd/rd-opensource-th.html>

³ที่มา: <http://www.tseo.or.th/network/763>

opendream คือ กิจกรรมเพื่อสังคมที่เป็นแหล่งรวมของเหล่าผู้เก่งกาจด้านเทคโนโลยีหรือที่เรียกกันว่า Geek IT ที่มารวมกันเพื่อก่อการ(ดี) อดุมไปด้วยคนรุ่นใหม่กว่า 30 ชีวิต ที่ไม่ได้มุ่งแสวงหาความมั่งคั่งให้ตนเอง แต่อยากช่วยให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ในมุมมองของทีมวิจัยนั้นน่าจะสนใจว่าพวกเขาใช้ชีวิตการทำงานร่วมกันได้อย่างไร และมีวิธีการอยู่และเติบโตไปพร้อมกันอย่างมีความสุขได้อย่างไร



รูปที่ 1-2. พัฒนาการของ opendream office จากคอนโดเล็ก ๆ มาสู่ตึกทาวนโฮม และ co-working space ในปัจจุบัน

รูปที่ 3. บรรยากาศภายในบ้าน opendream กรุงเทพฯ

รูปที่ 4. opendream office ที่กรุงเทพฯ

รูปที่ 5. opendream office ที่เชียงใหม่

หากสนใจแวะเวียนไปที่สำนักงานของ opendream ติดต่อได้ที่ <https://www.facebook.com/opendream/info>

Open Organization

องค์การแห่งนี้ไม่ได้กล่าวถึงความสุขของพนักงานเป็น motto หรือ ปรัชญา แต่ที่นี้พยายามสร้างสภาพแวดล้อม และกลไกบางอย่างที่ช่วยให้พนักงานได้ทำงานที่ชอบ ได้มีฝัน และที่สำคัญ คือ เปิดพื้นที่ให้พวกเขาให้ได้ทำความฝันให้เป็นรูปเป็นร่างควบคู่ไปกับการทำงานให้องค์การ

opendream ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นองค์การที่ใช้เทคโนโลยี

ในการสนับสนุนการทำงานให้กับองค์การทางสังคม สร้าง impact ไปด้วยกัน ควบคู่ไปกับการให้อิสระพนักงานได้ใช้เวลาประมาณ 20% ในที่ทำงานได้ใช้เวลาเพื่อตามความฝันของแต่ละคน ดังที่คุณ ไนท์ จงสวัสดิ์ สายอร่าม กล่าวไว้ว่า

“ เราจะใช้เวลาอีก 20% ให้เราก่ออะไรก็ได้ ก่ออะไรก็ได้ หมายความว่า ทำให้ตัวเองเก่งขึ้น หรือว่ามีโปรเจกอะไรที่เราอยากทำ แล้วเค้าก็จะช่วยเราสนับสนุนเรา ”

เมื่อ **opendream** มีระบบการทำงานที่สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องจนกระทั่งสามารถถึงจุดที่ผู้ประกอบการที่ก่อตั้งใหม่ส่วนใหญ่ต้องการ คือ ถึงจุดคุ้มทุนของกิจการ อนาคตในช่วงต่อไปจึงเริ่มแสวงหาทิศทางองค์กรในรูปแบบใหม่ๆ หนทางหนึ่งที่คุณก่อตั้งองค์กรคิดว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับ **opendream** คือ การสนับสนุนให้พนักงานได้เริ่มก้าวเป็นผู้ใหญ่ไปอีกขั้นด้วยการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมที่มีทิศทางเดียวกันและทำงานร่วมกันในบางโอกาสภายใต้ร่มเงาของ **opendream** ซึ่งเป็นข้อดีของบริษัทในการลดต้นทุน



fix cost⁴ อีกทั้งยังเป็นการสร้างคนเพื่อพัฒนาศักยภาพของคนควบคู่ไปกับการวางรากฐานอนาคตที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและถือเป็นผลดีอย่างยิ่งสำหรับตัวพนักงานเอง เนื่องจากวิธีการเหล่านี้จะทำให้พนักงานมีความพร้อมและมุ่งมั่นต่อการทำงานไปพร้อมกับการสานฝันให้ตัวเองเหมือนกับที่คู่แข่ง ปฏิพันธ์ สุภภากร กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้งกล่าวไว้ว่า

“ความฝันอยากเหมือนกับบริษัทๆหนึ่งในโคลัมเบีย เขาเป็นบริษัทใหญ่มากมีพนักงาน300-400คน แต่ช่วงในเขาพยายามอยากให้เป็นบริษัทเล็กๆ เพราะเขาเชื่อว่าแต่ละคนมีไฟของตัวเอง เพราะฉะนั้นการมาอยู่ด้วยกันเยอะๆ ในเชิงเศรษฐศาสตร์จะหนัก Fixed cost เยอะ ทำให้เป็นบริษัทเล็กๆ จะเคลื่อนไหวเร็วกว่า แต่ละคนก็จะได้ไฟกับกับความฝันของตัวเอง เช่น คนนึงสนใจเรื่อง Design อีกคนสนใจเรื่องการพัฒนา จะให้ตามความฝันของตัวเอง สร้างทีมเอง แต่ก็ยังมีเป้าหมายเดียวกัน คือการทำอะไรซักอย่างเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ถึงวันนึงเราก็อยากมี Network ของคนที่ทำงานร่วมกันมากกว่า ซึ่งต่างคนต่างมีไฟของตัวเอง พอถึงเวลาที่ทำงานร่วมกันได้ก็มาทำ จัดการเรื่องการอยู่รอดการเลี้ยงตัวเองให้ดี”

เมื่อพนักงานในองค์กรเห็นภาพทิศทางองค์กรร่วมกันแล้ว ในทางปฏิบัติให้การก้าวเดินไปขององค์กรไปในทิศทางฝันได้ชัดเจนยิ่งขึ้น **opendream** ได้ออกแบบนวัตกรรมในการเลือกรับงานที่มีลักษณะเฉพาะ โดยใช้คำถามง่ายๆ 4 คำถาม ได้แก่

- ได้ Impact หรือไม่
- ได้เงินมั๊ย คุ่มทุนหรือไม่
- ได้กำไรตัวเงินหรือไม่
- ได้กำไรทางอ้อม เพื่อต่อยอดสร้างรายได้ในอนาคตหรือไม่

นำมาสร้างเป็น Matrix สรุปสถานการณ์ของงานที่เป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเดินทางมาหาองค์กรทั้งหมด 12 สถานการณ์ ทั้งในงานภาคสังคม และงานภาคธุรกิจ ดังภาพ...

สาเหตุหนึ่งที่ opendream

สร้าง matrix ในการพิจารณาคัดเลือกงานขึ้นมาเนื่องจากแนวคิดที่จะไม่ใช่ฝ่ายขายออกไปรับงาน แต่จะใช้ Programmer ที่มีความเข้าใจในตัวงานออกไปรับงานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและช่วยสร้างความมั่นใจให้ทีมงานว่าจะได้รับมอบหมายงานที่มีปริมาณ และความยากสอดคล้องกับกำลังคนที่พนักงานสามารถรองรับได้เพียงพอ เหมาะสม โดยสถานการณ์ที่ **opendream** พิจารณาเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ สถานการณ์ที่ 1, 2, 9 และ 10 รับรองลงมาได้แก่ สถานการณ์ที่ 3, 4, 7, 11 และ สถานการณ์ที่ไม่รับพิจารณา ได้แก่ สถานการณ์ที่ 8, 12, 15, 16 ส่วนสถานการณ์ที่ 5, 6, 13 ,14 ไม่เกิดขึ้นตามหลักตรรกศาสตร์

โอเพ่นดรีมเลือกจะตัดสินใจเริ่มรับงานอย่างไรจะ?

งานภาคสังคม

	1	2	3	4	5	6	7	8
ไม่ Impact โลก	😊	😊	😊	😊	👤	👤	😊	😞
ไม่เงิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่เงินส่วนตัว	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
ไม่เงินส่วนตัว	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗

งานภาคธุรกิจ

	9	10	11	12	13	14	15	16
ไม่ Impact โลก	😊	😊	😊	😊	👤	👤	😞	😞
ไม่เงิน	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
ไม่เงินส่วนตัว	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
ไม่เงินส่วนตัว	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗

⁴ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่ไม่แปรผันกับปริมาณการผลิต เช่นค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ต้นทุนคงที่อาจเกิดขึ้นแม้ไม่มีผลผลิตอะไรเลย

หลังจากทำความรู้จักกับ **opendream** ทั้งในแง่มุมมองของงานที่องค์กรนี้กำลังพยายามทำอยู่ และในเรื่องของแนวคิดในการพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต ในส่วนถัดไปเป็นการเจาะลึกถึงวิธีการดูแลคนและพัฒนาคนขององค์กรแห่งนี้

Happy Management

ในแง่มุมมองของการขับเคลื่อนธุรกิจจะเป็นหน้าที่ของ คุณเก่ง (ปฏิพันธ์ สุภำภา กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้ง) แต่ในมุมมองของการพัฒนาคน การดูแลทุกข์สุข ความสัมพันธ์ภายในทีมเป็นหน้าที่ของ คุณป๊อก (พลวัฒน์ เกตรา ที่ปรึกษา) และ คุณหนึ่ง (พัชรภรณ์ ปันสุวรรณ กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้ง) ที่มีความคิดว่า

“ คนๆ เดียวทำอะไรไม่ค่อยได้ เราเลยน่าจะสร้าง Impact โดยให้คนๆ หนึ่งสมกับคนนั้น ”

ส่วนคุณป๊อกผู้ผ่านประสบการณ์การเป็น Programmer มีอาชีพในภาคธุรกิจ และมีมุมมองในด้าน soft skill อย่างการดูแลคนชนิดหาตัวจับยากคนหนึ่ง ในวงการเทคโนโลยี ปัจจุบันมีบริษัทเล็กๆ ที่ร่วมหุ้นกับเพื่อน และมีอีกสถานะหนึ่งคือ การเป็นที่ปรึกษาให้กับ **opendream** ในด้านเทคนิค และด้านคนควบคู่กัน

โดยเจตนาที่ผู้ก่อตั้งชวนคุณป๊อกมาร่วมงาน คือ อยากให้คุณป๊อกเป็นเหมือนต้นแบบการเป็น Programmer ชั้นดีที่มีทักษะทางเทคนิคการเขียนโปรแกรมหลากหลาย เป็นที่พึ่งพาให้คำปรึกษากับน้องๆ ในองค์กรได้ ซึ่งเป้าหมายของคุณป๊อกในการมาร่วมงานกับ **opendream** คือ

“ พยายามให้ทุกคนทำงานเป็นทีมเดียวกันให้ได้ ”

ก่อนจะทำให้พนักงาน **opendream** ทำงานเป็นทีมเดียวกันได้ต้องเข้าใจธรรมชาติของพนักงานซึ่งส่วนใหญ่เป็น Programmer คือ รูปแบบของปัญหาในการทำงาน (ในมุมมอง Programmer จะเรียกว่า Pattern ของปัญหา) ของพนักงานส่วนใหญ่ได้แก่

- ทักษะความสามารถไม่เพียงพอ หรือ ได้รับหน้าที่ หรือ งานที่ไม่เหมาะกับตนเอง
- ความรัก ครอบครัว เรื่องส่วนตัว
- ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน
- ปัญหาอื่นๆ เช่น เส้นทางการอาชีพ ความก้าวหน้า ความมั่นคงในชีวิต

เมื่อเห็นภาพของการที่ฝ่ายบริหารพยายามทำความเข้าใจ

ปัญหาของพนักงานในองค์กรร่วมกันแล้ว ส่วนถัดไปเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวิธีการดูแลคนภายในองค์กรเพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Open Management

หาก **opendream** ถักทอความฝันด้วยวิธีการบริหารคนในตำราฝรั่งเพียงอย่างเดียว พวกเขาคงไม่สามารถก้าวมาได้ถึงจุดนี้ จากการศึกษาขององค์กรแห่งนี้ในหลายแง่มุมพบว่าหากจะให้คำจำกัดความของการบริหารคน หรือในตำราฝรั่งเรียกว่า Human Resource Management ของที่นี้ เราขอเรียกเป็นการเฉพาะว่า Open Management





Openteam

ต้นน้ำของการสร้างองค์การใด องค์การหนึ่งให้มีหน้าตาอย่าง ที่ผู้ก่อตั้งวาดฝันไว้ ขั้นตอนสำคัญ อันเป็นก้าวแรกของเรื่องราวที่ จะเกิดขึ้นจากผู้คนที่มารวมตัว ทำงานในองค์การเดียวกัน คือ ขั้นตอนของการค้นหาบุคลากรซึ่ง คุณป๊อก ได้กล่าวถึงนโยบายการ ค้นหาคนแบบ **opendream** ไว้ว่า

“ผมเลือกคนที่มีแนวโน้มที่จะสร้าง ความแตกต่างในทีม”

สอดคล้องกับคุณเก่งผู้ก่อตั้ง opendream ที่กล่าวสนับสนุน นโยบายนี้ไว้ว่า

“ไม่ใช่ทีมที่อ่อนแอียงไปทางเดียวกัน แต่เป็นทีมที่พร้อมจะเรียนรู้ว่าทำไม ถึงเป็นไปทางนั้น ก็ต้องฟังกันมากขึ้น ซึ่งพยายาม ทำให้สะท้อนไปถึงน้องๆ ให้ฟังกัน มากขึ้น แต่ละคนไม่เก่งเลย เป็นคนธรรมดา แต่พอมาอยู่ด้วยกันจะดีมากเลย ทีมที่นี้ทำได้ดีกว่า คือ ไม่มีใครเก่ง เพราะฉะนั้นทุกคนต้องพึ่งพากัน เพื่อที่จะไปด้วยกันได้ เป็นกลุ่มคนที่เหมาะกับการทำทีม ถ้าคนเหมือนกันมากๆ พอมีคน เหมือนกันมากๆ จะไม่สามารถมีแนวคิดที่ออกนอก กรอบตรงนั้นได้เลย ทำให้เราไม่ พัฒนา เลยอยากได้คนที่มันต่าง”

เมื่อมาศึกษาลงไปในเชิงลึก กับพนักงาน opendream ถึงวิธีการคัดเลือกคน พบว่าที่นี่มีการ สัมภาษณ์งานที่ฉีกกฎองค์การ ทั่วไป ดังนี้

“จำได้ว่าตอนจบมาใหม่ๆ ผมก็ไปสัมภาษณ์ตาม องค์การใหญ่ๆ เขาก็มีวิธีสัมภาษณ์ แบบ Pattern เดิมๆ ที่นี่ มาถึงปุ๊บเจอหมาสองตัววิ่งมา เอากรานสคริปให้แกดู แกก็ไม่ดู แค่คุยกันเฉยๆ พอคุยกันซึกพักมี คนเปิดเบียร์กิน เราก็คิดว่าเจ๋งดี แล้วมีคนเขียน โปรแกรมข้างหลัง เรียกผมไปทดสอบ”

Openspace

ความชนของคนในบ้านหลังนี้ เกิดจากหัวแถว 3 คน (คุณเก่ง คุณหนึ่ง คุณป๊อก) ที่มักชอบสลับ บทบาทกันไปมา ทั้งบทผู้นำ ผู้ดูแล ผู้ให้ ด้วยเหตุนี้ทำให้การออกแบบ โครงสร้างองค์การไปจนถึงการ จัดวางพื้นที่ภายในเอื้อต่อการ หมุนเวียนแสดงบทบาทที่หลากหลาย ดังนี้

บ้าน

ที่นี่มีบ้านซึ่งจัดว่าเป็นทีม อย่างเป็นทางการแบ่งออกเป็นบ้านเล็ก บ้านน้อย ประกอบด้วยสมาชิก จากหลากหลายฝ่าย เพื่อให้ทุกคน ได้ฝึกการปรับตัว มีการยุบบ้าน รวมบ้าน โดยสลับเปลี่ยนคนบาง คน เพื่อช่วยทำให้เกิดการหมุนเวียน อยู่เรื่อยๆ ซึ่งแต่ละบ้านตั้งชื่อ ตามบุคลิก และมีพนักงานอาวุโส ช่วยดูแล ซึ่งบ้านต่างๆ มีรายชื่อ แฝงอารมณ์ขัน ดังนี้

- บ้านเยอะ เพราะสมาชิก มีนิสัยค่อนข้างใส่ใจรายละเอียด พอสมควร
- บ้านปะดา ย เพราะสมาชิก เป็นคนเรียบง่าย
- บ้านพิต เพราะสมาชิก ส่วนใหญ่สลับกันป่วยบ่อยครั้ง จึงตั้งชื่อแก้เคล็ด
- บ้านน้อย เพราะมีสมาชิก แค่ 2 คน เป็นทีมพิเศษ

ซึ่งบ้านหลังเล็กในบ้าน opendream หลังใหญ่ยังคงการ เปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ



Office Rotation

นอกจากการมีบ้านหลังเล็กในบ้านหลังใหญ่แล้วที่นี่ยังมีการจัดผังโต๊ะทำงานใหม่เป็นระยะ (ประมาณทุก 1 เดือนครึ่ง) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัวอยู่ตลอด และในบางครั้งแก้ปัญหาที่ประสิทธิภาพการทำงานลดลงดังที่คุณเก่ง กล่าวไว้

“ ปกติคนเราจะเกาะกับพื้นที่ที่ตัวเองอยู่ พอเกาะชักพิกมันก็เป็นอาณาจักร ผมพยายามละลายพฤติกรรมที่ว่า สิ่งนั้นไม่ใช่ของเธอ เป็นของฉัน ด้วยการย้ายโต๊ะ แล้วก็ดูจังหวะด้วย ทุกๆ 1.5 เดือนจะมีการคุยกับพี่ปิ๊ปเรื่องเคมีของคน เช่น คนนี้นั่งกับคนนี้แล้วงานมันไม่เดิน คนนี้นั่งคนเดียวแล้ว Productivity ตก หรือคนนี้มีแนวโน้มที่จะทำงานคนเดียวมากเกินไปแล้ว เราก็จะย้าย มีอีกอันนึงที่ทำการทดลองแล้วชอบมากเลย คือให้ผู้หญิงนั่งข้างล่าง ผู้ชายนั่งข้างบน ตอนนั้น Productivity ตก แดมมีปัญหาผู้ชายไม่กล้าเข้าห้องน้ำ เพราะห้องน้ำผู้ชายอยู่ข้างล่าง ต้องเดินผ่านผู้หญิง ก็เลยต้องจัดแบบผสม แต่ตอนนี้จัดตามฟังก์ชัน ข้างล่างเป็น Designer ทั้งหมด เพราะว่าค่อนข้างเป็นทีมที่อิสระ เพราะเขาทำงานข้ามโปรเจกเลยให้เขาเป็นทีมของตัวเอง แล้วมีพี่คนนึงที่เป็น Junior Designer แล้วเข้ากับทีมได้ เลยให้เขามีทีมของตัวเอง อันนี้เรียกว่าเป็นทีมพิเศษ ข้างบนเป็นทีมย่อยๆ ข้างบนผสมผู้หญิง แดวโต๊ะที่อยู่ด้วยกันส่วนมากก็จะเป็นพวกที่อยู่บนเดียวกัน ถ้าทำงานใกล้กันก็จะนั่งติดกัน ตอนนี้มีโปรเจกพิเศษที่ใช้ชั้น 3 ที่ปกติชั้น 3 จะใช้เป็นที่ประชุม แต่โปรเจกนี้บ้านนี้มันต้องโฟกัสเป็นพิเศษก็เลยยกชั้น 3 ไป ตอนนี้เห็นว่าใช้ประโยชน์ไม่เต็มที่จะยึดคืนละ 555 ”

ปัจจุบันการจัดผังโต๊ะทำงาน

แบ่งออกเป็น 3 ชั้น ดังนี้

- ชั้น 1 Designer
- ชั้น 2 Programmer
- ชั้น 3 Special Project

ยื่นทำงาน

opendream ได้ศึกษาผลการวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่า การนั่งนาน ทำให้มีการจับตัวของก้อนเลือด อันเป็นที่มาของการเกิดโรคหัวใจ



opendream @ Chiangmai

นอกจาก open space ในกรุงเทพฯ แล้ว opendream. ยังมีสำนักงานอีกแห่งที่จังหวัดเชียงใหม่ และการเชื่อมพื้นที่ให้สำนักงานที่อยู่ห่างกันกว่า 900กม. ได้รู้สึกไม่ห่างกันทำได้โดยการประชุมระหว่างกรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ในเวลา 10.00 น. – 10.15 น. เป็นประจำทุกวัน





Open Management

หลังผ่านความรู้สึกสนุก ชุกชอนปะปนกับความเครียดแล้ว ในช่วงจังหวะเวลาเหมาะสมของแต่ละปีทางฝ่ายบริหารจะเปิดพื้นที่ให้ได้ประเมินศักยภาพของตนเองซึ่งมีผลต่ออนาคตความก้าวหน้าในอนาคตของแต่ละคน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการประเมินของพนักงานในระดับ senior ที่เป็นผู้ดูแลพนักงานในตำแหน่งหรือฝ่ายของตนเอง โดยกรอบการประเมินศักยภาพ คือ วงกลม 3 วง ที่มีส่วนซ้อนทับกัน อยู่ซึ่งประกอบด้วย เรื่องของความรักในงาน (Passion) ความสามารถของเราที่มี (Professional) และ

ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ (Profit) ถ้าสามารถทำได้ครบทั้งหมด ก็สามารถเป็นมืออาชีพในงานนั้นๆ ด้วยความสุข ซึ่งพบว่าปัญหาของพนักงานส่วนใหญ่คือยังค้นหาอาชีพที่ตนเองทำได้ครบทั้ง 3 องค์ประกอบ ดังกล่าว

นโยบายการประเมินด้วยวิธีนี้พยายามทำให้พนักงานได้เดินไปในเส้นทางอาชีพที่เหมาะสมกับเขาก่อนที่ความสามารถในการแข่งขันจะลดลงตามอายุที่เพิ่มขึ้น

นอกจากการประเมินศักยภาพแล้ว ยังคงมีการประเมินผลการทำงานซึ่งมีระบบการวัดผลโดยเทียบระยะเวลาทำงานเทียบกับโครงการที่ได้รับมอบหมายซึ่งมีค่ามาตรฐานการวัด



ประสิทธิภาพของงานแต่ละชิ้น ซึ่งไม่มีผลต่อการปรับเงินเดือน แต่เพื่อหาสาเหตุของปัญหาในกรณีที่ประสิทธิภาพการทำงาน ลดลงไม่กระทบการขึ้นเงินเดือน

Opendevelopment

opendream เปิดพื้นที่ การพัฒนาคนตั้งแต่การไม่กลัว ที่จะให้พนักงานทำผิดพลาด ความ ผิดนั้นทำให้เรารู้ว่าส่งผลกระทบ อะไรบ้าง ฝึกเรียนรู้จากความ ผิดพลาด ที่นี่เหมือนให้พนักงาน เป็นพระเอกแล้วผู้นำ และเหล่า บรรดาพนักงานอาวุโสจะคอย ช่วยเหลือ ดังที่ คุณเก่ง กล่าวว่า

“opendream ไม่กลัวที่จะให้น้องทำ ผิด...อยากให้เขาโตไปในทางที่เขา ควรจะโต อยากให้แต่ละคนยืนได้ ด้วยตนเอง อันกับการแก้ปัญหา ลังคม มีภาวะที่จะนำคนได้ และ รู้ Pattern พอสมควร

3 Gen Mentor

“ มนุษย์เราต้องมีศักยภาพที่ อายุห่างกับเราไป 10 ปี เพราะแต่ละช่วงอายุจะมีมุมมอง ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแตกต่างกัน และน่าสนใจ ”

ข้อคิดในการดำเนินชีวิต ของ คุณป๊อก

ในช่วงแรก opendream มี เพียงพนักงานในวัยเริ่มต้นทำงาน (ปี 2013 คนที่มีอายุงานมากที่สุด คือ 5.5 ปี) ทำให้ขาดมุมมองของ คนทำงานระดับอาวุโสที่เก่งใน สายอาชีพและผ่านประสบการณ์ มามาก ดังนั้นจากการที่ จึงเชิญ Senior Programmer ที่มีทักษะ ด้าน HR มาช่วยในการดูแลและ พัฒนาคน

ผลจากการมาของ Senior Programmer ทำให้ คุณเก่ง และ คุณหนึ่ง ผู้ก่อตั้ง มีเวลาในการ พัฒนารูปร่างได้มากขึ้น พนักงาน ในระดับ Junior ก็ได้เรียนรู้ Pattern การเขียนโปรแกรมที่

มากขึ้น ได้รู้ว่าเส้นทางอาชีพใน อนาคตจะเป็นอย่างไร ในองค์กร จึงเริ่มมีคนใน 3 ช่วงวัย คือ 20+ 30+ และ 40+ ช่วยให้เกิดการ ผสมผสานแนวคิดในการทำงาน ได้ลงตัวมากขึ้นเมื่อเห็นผลการ พัฒนาคนและองค์การอย่าง ชัดเจน open dream จึงพัฒนา เรื่อยมาถึงปัจจุบัน

Open Technique

เคล็ดลับอย่างหนึ่งที่ช่วยให้ การทำงานร่วมกันของ opendream เป็นไปอย่าง ราบรื่น และตอบสนองต่อสภาพ แวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่าง รวดเร็วได้ดี คือ การใช้เทคนิค Agile

Agile

วิธีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลิตสินค้าโดยพัฒนาและให้ ลูกค้าทดสอบไปพร้อมๆ กัน โดยมีอุดมการณ์ว่าต้องส่งมอบงาน ต้นแบบให้ลูกค้าทดลองภายใน 2-3 สัปดาห์ หรือโดยเร็วกว่าวิธี การทั่วไปที่ทำงานกระทั่งเสร็จ ทั้งหมดซึ่งใช้เวลานาน และอาจ ไม่ตรงตามความต้องการที่แท้จริง



ของลูกค้า หลังจากส่งต้นแบบแล้วจึงถามความเห็นลูกค้าเอามาปรับปรุงจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์วิธีการนี้เหมาะกับสินค้าที่เป็นชิ้นงานสร้างสรรค์ที่ต้องมาจากทีมงานหลายส่วน ซึ่งควรเป็นงานใหม่ที่ลูกค้าवादฝันมาแต่ยังไม่รู้ว่ารายละเอียดความต้องการทั้งหมดเป็นอย่างไร ในกรณีของซอฟต์แวร์จึงนิยมใช้วิธีการนี้

Open Communication

ในยุคที่การส่งผ่านข้อมูลไปไกลถึงระดับ 4G แล้ว **opendream** ย่อมมีช่องทางการสื่อสารที่ช่วยให้สายสัมพันธ์แน่นแฟ้นกันยิ่งขึ้นโดยพวกเขาเลือกใช้ Yammer

Yammer

<https://www.yammer.com/> เปรียบได้กับ Corporate Social Network เป็นระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้การสื่อสารภายในมีความใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น โดยรักษาความลับไว้เฉพาะภายในองค์กร หากจะกล่าวถึงข้อดีของ yammer นั้น มีดังนี้

- รู้ว่าแต่ละคนกำลังทำ project อะไรอยู่
- รู้ว่าแต่ละคนกำลังเจอปัญหาอะไร
- ช่วยในการหาทางช่วยกันแก้ไขปัญหา
- ช่วยให้การ Feedback ทำได้เร็วขึ้น
- สามารถ Share เรื่องทั่วไปได้ทั้งข้อความ และวิดีโอ



Open activities

Opendream เลือกใช้กิจกรรมเป็นตัวช่วยกระตุ้นเมล็ดพันธุ์แห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งดอกผลที่ได้จะไม่เกิดขึ้นทันทีทันใด แต่เมื่อผ่านการบ่มเพาะและรอเวลาที่เหมาะสมจะ สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้เปรียบเหมือนกับสิ่งการจัดกิจกรรมใดๆ ก็ตามควรเลือกจังหวะที่เหมาะสม

การเดินทาง

“ สัปดาห์แรกเราเกิดตอนปี 2010 ที่ไปเดินป่าดงดิบที่ นครศรีธรรมราช 3 วัน 2 คืน 7 โมงถึงกุ่มนิง พอ 3 ปีผ่านไปมันยังเกิด บทสนทนาที่ทุกคนยังจำได้ใน ความทรงจำเดียวกัน เราเป็นทีม เราเดินไปด้วยกัน ทุกครั้งที่พูดถึงเรื่องนี้มันทำให้เรา รู้สึกว่าเราผ่านอะไรมาด้วยกัน เลยเป็นเป้าหมายว่าทุกปีเราจะจัด สัมนาที่ไม่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ”

จากคำกล่าวของคุณเก่ง แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของกิจกรรมเดินป่าที่ยังคงผลิบ่อยมาแม้จะผ่านกาลเวลาล่วงเลยมาแล้ว 3 ปี (ในวันที่สัมภาษณ์ ปี 2013)

กิจกรรมนี้มีเป้าหมาย คืออยากให้พนักงานเห็นว่าตนเองมีศักยภาพมากกว่าที่คิด โดยจัดทริปเดินป่า ปีนเขา ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยพนักงานเข้าร่วมประมาณ 20 คน ลักษณะป่าที่ไปเป็น ป่าดงดิบ โดยมีนายพรานเป็นผู้ให้ดูแลและนำทาง ซึ่งเขาบอกกับทีมงาน **opendream** ว่า

“ คุณจะพบว่าคุณมีศักยภาพเกินกว่าที่คุณคิด คุณจะทำอะไรที่คุณไม่คิดว่าจะทำได้ ”

วันแรกของการเดินป่าผ่านการเดินในระยะทาง 9 กิโลเมตร มีฝนตกตลอดทั้งคืน ซึ่งทีมงาน



ก็สามารถผ่านมาได้ นั่นทำให้แต่ละคนค้นพบว่าตนเองทำอะไรได้มากกว่าที่ตนเองคิด พวกเขาได้ค้นพบอะไรระหว่างมากมายทางทำให้รู้ว่าเวลาที่มีความสุขที่สุด คือ ระหว่างการเดินทาง ซึ่งอาจไม่ใช่จุดหมายเสมอไป เปรียบกับการทำงาน ความสุขจากกระบวนการทำงานร่วมกับเพื่อน พี่ น้องในทีมงานก็เป็นความสุขได้อย่างหนึ่ง

การฝึกศิลปะการละคอน

กิจกรรมนี้จัดขึ้นเพื่อการฝึกแสดงเจตนาในบทบาทที่เหมาะสม กับสถานการณ์ แม้จะอยู่ในสภาพจิตใจที่ไม่สอดคล้องกับการแสดง

บทบาทนั้น โดยมุ่งหวังให้ละคอนเข้ามาเปลี่ยนแปลงองค์กร โดยมีเงื่อนไขว่าหลังการฝึกต้องมีการแสดงละครจริงให้กับคนภายนอกองค์กร

“ตอนนั้นเขามาสะกิดต่อมว่าคนเราเวลาเล่นละครต้องออกมาจาก แนวความคิด ต้องออกมาสวมบทบาทในละครจริงๆ อย่างเช่นพี่ป๊อกสวมบทเป็นเพลย์บอยก็ต้องพยายามทำตัวเป็นเพลย์บอย แล้วมันก็ยังมึบ๊อยๆบางครั้งหลังเลิกละครแล้ว ตัวเพลย์บอยก็ยังไม่ออกไปจากตัวเราไป หรือเวลาแสดงบทโกรธ บทเสียใจ พอจบก็ยังไม่อิน เขาก็สอนให้เราออกจากเรื่องราว เมื่อจบแล้วก็ต้องออกจากบทบาทนั้น

”

ความรู้สึกของคุณเก่ง หลังผ่านการฝึกศิลปะการละคอน

ภายหลังการจัดกิจกรรมนี้ทำให้พนักงานได้มองเห็นอะไรใหม่ๆ รู้จักคำศัพท์การละคอน เช่น คำว่า “เจตนา” ในการแสดงละครเวลาเล่นบทบาทใดๆ ก็ตาม ต้องมีการแสดงเจตนาของบทบาทนั้นๆ เช่นเดียวกับในการทำงานในสถานการณ์ที่ต้องมีการเจรจาตกลงงานกับผู้อื่นผู้ผ่านการฝึกในกิจกรรมนี้จะสามารถแสดงเจตนาของบทบาทนั้นได้ดียิ่งขึ้น และสามารถอ่านเจตนาของคู่เจรจาได้ดีขึ้นเช่นกัน

ธรรมะ

กิจกรรมการเรียนรู้ธรรมะจากเพื่อฝึกสติสัมปะชัญญะช่วยในการฟังอย่างสมบูรณ์ ผลลัพธ์ที่ได้คือ ทีม opendream สามารถอ่านเจตนาของคู่สนทนาที่สื่อสารกันได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

คนที่โกรธง่าย

อย่าให้ความคิด คุณความโกรธ สิ่งหนึ่งที่คนกลุ่มนี้บอก คือ มนุษย์เรามีความคิดเข้ามาขวาง จึงทำให้ไม่สามารถอ่านเจตนาของฝั่งตรงข้ามได้ชัดเจน เวลาฟังสิ่งใดแล้วมีความคิดเข้ามาแทรก จะทำให้การฟังไม่สมบูรณ์ ด้วยสภาพแวดล้อมของทีมงาน opendream ที่มีอายุมันใกล้เคียงกัน จึงกระทบกระทั่งกันบ่อย สิ่งที่ได้เรียนรู้จากกิจกรรมนี้ คือ ถ้าโกรธแล้วคิดด้วย ความคิดจะไป



คุณความโกรธ เช่น การแสดง อารมณ์ฉุนเฉียวเมื่อทีมงานทำ พลาดบ่อยครั้ง จะกระทบกับ ความสัมพันธ์ทำให้เกิดช่องว่าง ระหว่างกันมากขึ้นจนกระทั่ง นำไปสู่ปัญหาการทำงานร่วมกันในอนาคต

หลังหัวหน้าทีม opendream ผ่านการฝึกนี้ และถ่ายทอดไป ยังทีมงานแล้วการทำงานเป็น ไปอย่างเข้มข้น รวดเร็ว แต่ยังมี ความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ทีม opendream เป็นทีมที่มีการ comment งานกันอย่างตรงไป ตรงมา ในบางครั้งเป็นการ comment ข้ามสายงานซึ่งอาจ เป็นความคิดที่ไม่รู้ข้อจำกัด ในงานนั้นๆ แต่หลังผ่านการ เรียนรู้จากกิจกรรมนี้แล้ว การ comment งานสามารถทำได้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะ ทุกคนเข้าใจเจตนาของผู้พูดที่ อยากพัฒนางานให้ดีที่สุด

“ บางครั้งให้คน design ไม่เป็นมา comment งานของ Designer ว่าไม่สวย บางทีฝั่ง Developer ก็เหมือนกันชอบคิดว่า สิ่งที่ดีมันทำได้แล้วไม่เห็นต้อง แก้อะไรเลย เราก็เปลี่ยนใหม่ว่า เรามาแสดง เจตนากันตรงๆ เลยว่า มันไม่สวย ต้องแก้ะ เราต้องพยายามทำให้ทีมอ่าน เจตนาเราให้ออกกว่าที่พูดแบบนี้ได้ ทำร้ายกันนะ แต่เราต้องการจะพัฒนา

แต่ที่ดีที่เขายายาม ปรับตัวเข้าหากัน มีน้องคนหนึ่ง ตอนนี้อยู่เชียงใหม่ เป็นหนึ่งในคนที่เรียนรู้เรื่องเจตนา เขาบอกว่า พี่หนึ่งพยายามแก้ปัญหาเร็วไป ซึ่งถือว่าเป็น feedback จากน้องตรงๆ ว่าเราควรแก้ ปัญหาอะไร อย่างที่บอกด้วยที่พี่ป๊อกอยู่ข้าง บนคอยควบคุมน้อง แต่เราก็ ต้องการ comment feedback จากน้องๆ บ้าง ทำให้การสื่อสาร มันง่ายขึ้น และสนุกดี ”

กีตาร์

การเรียนรู้วิถีกิจกรรม การทำงานที่สามารถก้าวต่อไปได้

กิจกรรมการเล่นกีตาร์ Ukulele โดยให้ทีมรุ่นน้องผลัด กันดีด Ukulele ตัวเดียวรอบวง โดยมีทีมรุ่นพี่คอยเล่นเป็น Back up ให้ เมื่อส่งต่อไปที่ใครคนนั้นก็ ต้องเล่น ไม่ว่าจะเล่นเป็นหรือไม่ เป็นก็ตาม ไม่ว่าจะเล่นถูกหรือผิด กิจกรรมนี้จะกระตุ้นให้ทุกคนเล่น ต่อไป แม้ว่าจะมีใครเล่นไม่เป็น หรือเล่นเพี้ยน โดยให้คิดเสมอว่า วงเราจะไปข้างหน้าต่อไปได้อย่างไร ซึ่ง บทเรียนที่ได้จากกิจกรรมนี้ คือ ในการปฏิบัติงานจริงๆ จะมีทีมงานรุ่นพี่ ที่จะคอยเป็นผู้สนับสนุน

หรือในภาษาดนตรี จะเรียกว่าเล่น Back up ให้ แล้วปล่อยให้ทีม รุ่นน้องทำงานไปเหมือนการเล่น Ukulele ซึ่งกิจกรรมนี้ช่วยฝึกการ รู้สึกตัว ให้กับทั้งทีมรุ่นพี่ และทีม รุ่นน้อง เพราะโดยปกติเมื่อทำงาน ผิดพลาดก็จะเกิดเหตุการณ์ที่ผิด แล้วเลิกเล่นเลย เพราะหมดความ มั่นใจ กิจกรรมนี้สอนให้แม้ว่าจะ เล่นผิดก็อย่าทำงานผิดพลาด ก็ควร เล่นต่อไป ทำงานต่อไป อย่าเอา ความผิดพลาดไปคุณความรู้สึกล ผิดหวัง จะกระทบวงทั้งวง หรือทั้ง ทีมได้ ขอให้ทำต่อไปให้จบ กับ ลวดตัวตน พยายามเล่นต่อเพื่อให้ เข้ากับสิ่งที่ทีมแบ็กอัพทำอยู่ ส่วน ทีม Back up หรือทีมรุ่นพี่ก็ต้อง มีความพยายามต่อไป ถึงจะเป็ หน่ายต่อความผิดพลาดของทีม รุ่นน้องแค่ไหนก็ต้องพยายามเล่น พยายามแสดงว่ายังให้อีกาสารุ่น น้องได้ทำต่อ เพราะฉะนั้นเมื่อทีม รุ่นน้องพวกนี้เติบโตขึ้นมาก็ต้อง เข้าสู่วิถีกิจกรรมเปลี่ยนหน้าที่มา เป็นทีมรุ่นพี่ หรือ ทีม Back up บ้างและเมื่อถึงตอนนั้นก็ควร ต้องรู้จักความอดทน สำหรับทีม รุ่นน้องๆ ที่เริ่มโตขึ้นมาได้ เป็น วิถีจักรแบบนี่เรื่อยๆไป



“ทำงาน ท้าทาย ได้ พัฒนา ตนเอง ร่วมพัฒนา องค์กร”

Open Employee

หลังจากศึกษาชีวิตของ opendreamer มาพอสมควร ก็ได้ค้นพบความสุข 3 ประการ ที่ทีมงานขององค์กรแห่งนี้มีอยู่ คือ พวกเขาเป็นกลุ่มพนักงานที่ได้โอกาสทำงานที่ท้าทายความสามารถและตัวพวกเขาเองก็พร้อมที่จะลุยไปกับองค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเอง และร่วมกันพัฒนาองค์กรให้ก้าวต่อไปตามความตั้งใจที่อยากทำให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วยการใช้ความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีมาเป็นตัวขับเคลื่อน

คุณเก่ง ได้เล่าถึงความสุขของตนไว้อย่างเรียบง่าย มีพลังดังนี้

“ทุกเช้าที่ผมตื่นมา อาจจะมีซีเรียบ้าง แต่มีความท้าทายทุกวัน แล้วงานที่ทำทุกวัน ก็เป็นงานที่ผมอยากทำเลย มีแรงดึงดูดที่อยากเข้ามาทำ เป็นทีมที่ไม่เก่งแต่พร้อมที่จะเสี่ยง พร้อมที่จะลองไปด้วยกัน ทำให้ทุกวัน ชีวิตไม่เหมือนเดิม”

คุณป๊อก

กลจักรสำคัญที่เข้ามาเป็นตัวทำละลายให้ทีมงาน opendream เกิดการผสมผสานเข้าด้วยกันอย่างลงตัว เขามีความสุขที่ได้เห็นการพัฒนาขององค์กรเรื่อยไป ตามประสาผู้ใหญ่ใจดีที่อยากเห็น Programmer ไทยก้าวไกล เป็นทีมระดับสากล

“ความท้าทายทาง Professional ของผมหมดละ มาถึงจุดที่เราเรียนรู้หมดแล้ว แต่กำลังสนุกกับการเรียนรู้เกี่ยวกับคน นึกถึงตอนดู AF เราจะได้เห็นพัฒนาการของเขาด้วย ก็เหมือนเป็น Reality Show เราเข้ามาดู เข้ามาสังเกตการณ์ ได้เห็นการเปลี่ยนแปลงของที่นี่ แล้วเราก็เรียนรู้ไปด้วยกัน มันสนุกมากเลย เราเห็นผลการทดลองว่ามันเกิดอะไรขึ้น”



ภาพของคุณป๊อก ผู้ดูแลเหล่า opendreamer ในฐานะโปรแกรมเมอร์มือฉกาจ คุณเก่ง ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร วัยหนุ่ม

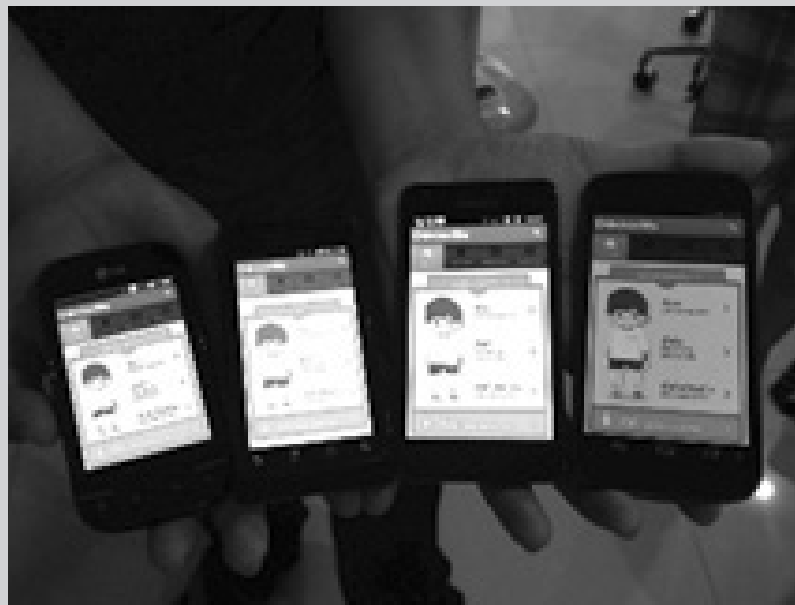


คุณโดนัท

พนักงานหนึ่งในกลุ่มแรกๆ ขององค์กรอย่าง คุณโดนัท มีความสุขในเรื่องของสถานที่ทำงานที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างความผ่อนคลายให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน และยกย่องทีมงานที่คอยช่วยเหลือกันมาตลอด



“ ผมรู้สึกว่่าที่นี่ เขาสนับสนุนในเรื่องที่เราชอบครับ แต่แต่ละคนอาจจะมีเรื่องที่ชอบไม่เหมือนกันนะครับ ใครที่สนใจเรื่องอะไรก็สามารถทำในสิ่งที่ตัวเองสนใจได้แล้วก็โดยที่มีสภาพแวดล้อมของออฟฟิศที่พร้อม มีคอมดี ๆ ให้เรามีรุ่นใหม่ให้ เครื่องก็จะแรง หรือว่ามีของเล่น มีเปียโน มีกีตาร์ มีเกมส์ ทำให้รู้สึกว่า น่าทำงาน ครับ ไม่ได้เครียดเกินไป มีสิ่งที่ผ่อนคลาย และมีพวกนี้(ทีมงาน) ที่สนับสนุนเราครับ ”

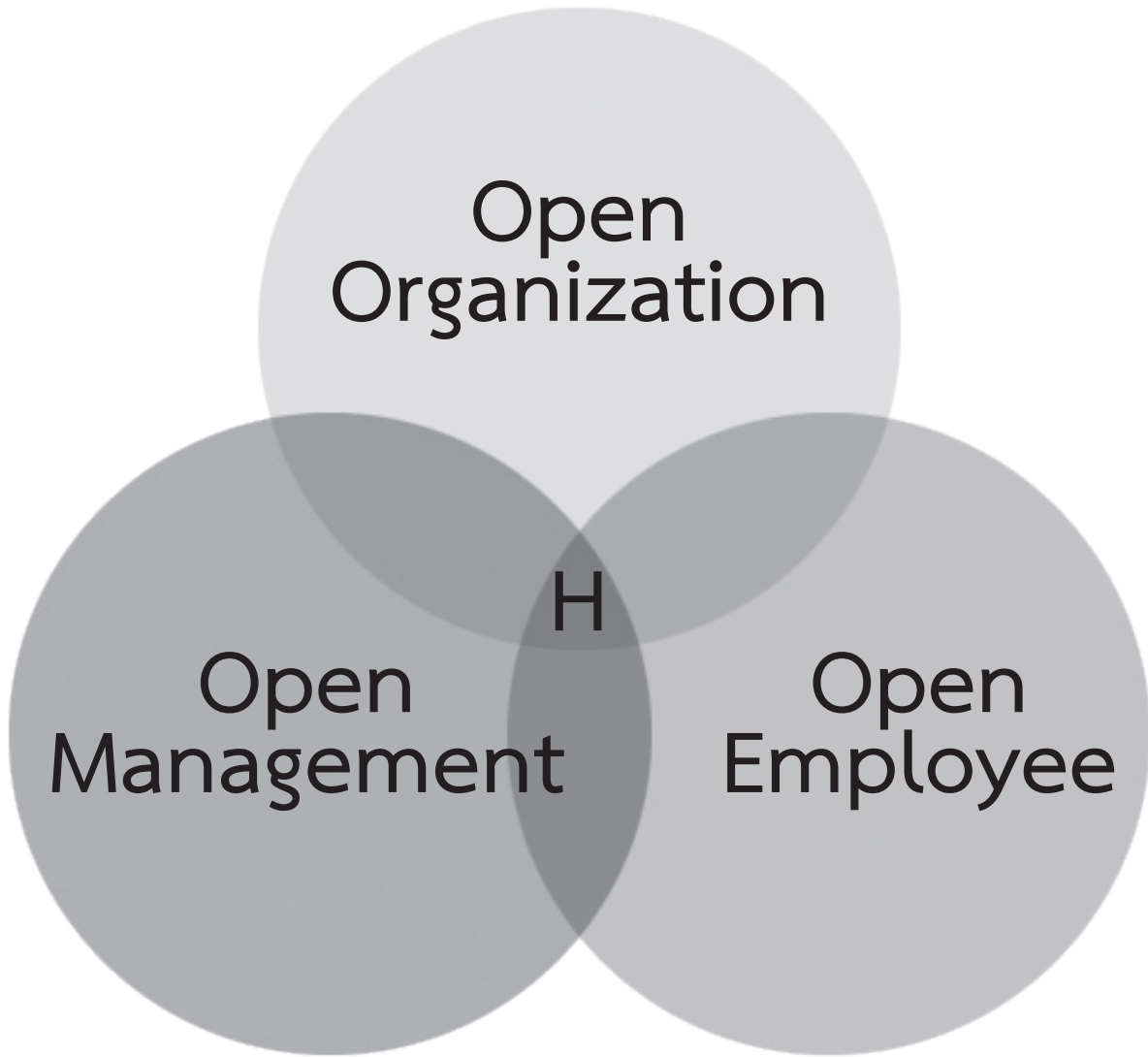


คุณไนท์ (ผู้รับผิดชอบการเขียน application Docter Me) พนักงานในวัยเริ่มต้นทำงานผ่านโลกการทำงานมาไม่มากนัก แต่เขารู้สึกได้ว่างานที่เขาทำ องค์กรที่เขาอยู่นั้น

สามารถสร้างความภูมิใจให้เขาได้ ซึ่งคนที่ทำอาชีพเดียวกับเขาในวัยเดียวกันที่เขารู้จักกลับไม่ได้รับประสบการณ์แบบที่เขาได้รับ นั่นทำให้เขามีความสุขที่ได้ทำงานให้ที่นี่

“ งานแต่ละงานของเรา เหมือนมันมีเรื่องราวอย่างที่เราออกไป อย่างโปรเจกต์เรื่องน้ำท่วมครับ มันก็มีเรื่องราวตั้งแต่ว่า น้ำมันจะท่วมแล้วจะทำยังไงดี แล้วเราก็ได้คิดอะไรขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาเรื่องน้ำท่วม หรือช่วยให้คนอื่น ผมก็มีเรื่องราวเยอะ ไปเล่าเพื่อน แต่เพื่อนน่าจะจะมีแต่เรื่องบ่น ”

วงกลมความสุข 3 วง





Opendream คือ ตัวอย่าง
ขององค์กรแห่งความสุขแบบเปิด
(Open Happiness Organization)
ที่เปิดพื้นที่ให้เหล่า IT Geek ที่มี
ฝันและพร้อมจะเรียนรู้ และลุยไป
กับองค์กร (Open Happiness
Employee) ได้เข้ามารวมตัวกัน

เพื่อทำหน้าที่ส่งมอบความสุขให้
คนในสังคมผ่านการใช้เทคโนโลยี
เป็นตัวช่วย ควบคู่ไปกับการพัฒนา
องค์กรด้วยหลักการบริหารคน
และหลักการพัฒนาคนที่เปิดกว้าง
(Open Happiness Management)
ปรับให้เข้ากับองค์กรของพวกเขา

โดยเฉพาะ เมื่อปัจจัยสามอย่าง
นี้มาบรรจบกันจึงเกิดเป็นความ
สุขที่เปิดกว้างพร้อมจะรับและ
แบ่งปันให้ผู้ที่แวะเวียนมารู้จัก
องค์กรได้สัมผัสอยู่เสมอ



Learn Corporation

“สถาบันกวดวิชาที่สร้างความเข้าใจในชีวิต”

ศรายุทธ พจนปรีชากุล, ปิยรัตน์ ศิริคมสัน, ผศ.ดร.สมบัติ กุสุมาวลี



LL
ทำไมต้อง
กวดวิชา...?

....

ทำไมต้อง
On Demand,
A-Level...?

....

ทำไมต้อง
Learn
Corporation...

LL

อาจมีผู้อ่านบางส่วน (ซึ่งหลายท่านอาจมีสถานะเป็นผู้ปกครองของนักเรียน) สงสัยว่าเรื่องเล่าองค์กรแห่งความสุขเรื่องนี้ เหตุใดจึงเลือกสถาบันกวดวิชาเป็นองค์กรแห่งความสุข คำถามที่ปรากฏในตอนต้นเรื่องเป็น คำถามที่ทีมวิจัยได้ตั้งขึ้นเมื่อได้เริ่มรู้จักองค์กรแห่งนี้ ได้เรียนรู้แนวคิดการสร้างองค์กรแห่งความสุข วิธีการบริหารงานเพื่อสร้างให้พนักงานเกิดความสุขในการทำงาน ตลอดการศึกษาครั้งนี้ ผ่านการสืบเสาะ ค้นหาข้อมูล การสัมภาษณ์ จากหลากหลายแหล่ง ทั้งจากภายในองค์กรและการศึกษาจากแหล่งข้อมูลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ จนทำให้

ทีมวิจัยสามารถตอบคำถาม ทั้ง 3 คำถามข้างต้นได้ และคำตอบเหล่านั้น คือ เหตุผลที่ทำให้เราจึงเลือก Learn Corporation เป็นหนึ่งในกรณีศึกษาการสร้างองค์กรแห่งความสุข...

จากผลการสำรวจโดย NIDA Poll เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2555¹ พบว่านอกจากโรงเรียน ซึ่งเป็นสถานที่ที่เยาวชนไทยใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ของชีวิตในแต่ละวันของช่วงเวลาที่ยังศึกษาเล่าเรียน พวกเขาเลือกที่จะก้าวเท้าเข้าสู่พื้นที่เพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ไม่ใช่การศึกษาภาคบังคับอีกช่องทางหนึ่ง นั่นคือการตัดสินใจเดินไปหาสถาบันกวดวิชา และเลือกเรียน

¹ ผลการสำรวจพบว่า เยาวชนร้อยละ 66.13 ตัดสินใจเลือกเข้าสู่การศึกษาในรูปแบบสถาบันกวดวิชา



ในสิ่งที่แต่ละคนคิดว่าเหมาะสมกับตนเอง จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเยาวชนไทยส่วนใหญ่คิดว่าการศึกษาภาคบังคับในโรงเรียนอาจจะยังไม่สามารถถ่ายทอดวิชาความรู้ได้อย่างเพียงพอ และทำให้ไม่สามารถสั่งสมความรู้จนกระทั่งสามารถสอบเข้าสถาบันการศึกษาที่ฝันไว้ได้ นั่นอาจเป็นเหตุผลทำให้สถาบันกวดวิชาอยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลานาน

แล้วเหตุใดเยาวชนไทยจึงมีความมุ่งมั่นที่อยากเข้าสถาบันการศึกษาในฝัน แล้วการได้เข้าสู่สถาบันการศึกษาเหล่านี้ส่งผลดีอย่างไรต่อพวกเขาในอนาคต...

ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)² ให้เหตุผลที่น่าสนใจไว้ว่า ตลาดแรงงานไทยขาด “ระบบการคัดเลือกแรงงาน” ผู้สำเร็จการศึกษาเพื่อเข้าทำงานที่มีประสิทธิภาพในการคัดเลือกคนที่มีความสามารถตามที่ต้องการได้จึงใช้การพิจารณาจากสถาบันการศึกษาของ

ผู้สมัครงาน ดังนั้นเยาวชนไทยจึงได้ตบเท้าเข้าสู่สถาบันกวดวิชาเพื่อสั่งสมความรู้ที่จำเป็นต่อการสอบเข้าไปสู่สถาบันการศึกษาชั้นนำที่จะเพิ่มโอกาสในการทำงานในอาชีพ และตำแหน่งงานที่ดี

นอกจากนั้นการศึกษาภาคบังคับของไทยยังขาดเรื่อง “**การแนะแนวการศึกษา**” ส่งผลให้เยาวชนไทยที่สามารถสอบผ่านเข้าสู่สถาบันในระดับอุดมศึกษา ยังคง “**ซีว**”³ เพื่อสอบใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยจากผลการสำรวจของคณะทำงานแอดมิสชันส์ฟอรัมของที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.)⁴ พบว่าทุกปีนักศึกษาที่เลือกซีวร้อยละ 5-12 หรือประมาณ 10,000 คน... นั่นแสดงให้เห็นว่าแม้สถาบันกวดวิชาจะช่วยให้เยาวชนไทยสามารถฝ่ากระแสการแข่งขันเข้าสู่มหาวิทยาลัยได้ แต่ก็ยังขาดการแนะแนวการศึกษาเพราะยังคงมีเยาวชนกลุ่มหนึ่งที่ตัดสินใจซีวเนื่องด้วยสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งคือ พวกเขาเลือกคณะผิด ไม่ใช่

อย่างที่คิด หรือไม่ใช่คณะที่ถนัด อย่างไรก็ตามยังมีเยาวชนอีกกลุ่มที่ตัดสินใจอดทน ร่ำเรียนจนจบระดับอุดมศึกษาและก้าวเข้าสู่แรงงาน ผลที่ตามมาคือ พวกเขาอาจจะเดินทางเข้าสู่เส้นทางอาชีพที่ทำให้พวกเขา “**ไม่มีความสุขในการทำงาน หรืออาจต้องหันเหไปเลือกอาชีพที่ไม่สอดคล้องกับสาขาวิชาที่จบการศึกษา**” แต่ตัวอย่างหนึ่งของประเทศในเอเชียที่เป็นตัวอย่างของการสร้างคนที่ดีคือ การศึกษาของประเทศญี่ปุ่นสามารถช่วยสนับสนุนให้เยาวชนรู้จักตัวตนในสิ่งที่ชอบได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพที่ตนใฝ่ฝันมากที่สุดเพื่อลดปัญหาดังกล่าวข้างต้น หรืออาจเรียกได้ว่าการช่วยเยาวชนในการ “**ค้นหาตนเอง**”⁵ และช่วยหล่อหลอมให้มีเป้าหมายในชีวิต มีความมุ่งมั่น ขยัน อดทน และมีวินัย นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลสภาพการทำงานของอาชีพต่างๆที่สนใจ รวมถึงการส่งเสริมให้เด็กไปทัศนศึกษา และฝึกงานเพื่อช่วยสนับสนุนให้เยาวชนรู้จักตนเอง

²ถอดความจากบทสัมภาษณ์ในรายการวัฒนธรรมชูปแบ่งทอด ตอน ทำไม่ต้องกวดวิชา ออกอากาศวันที่ 11 ก.ย. 2556 ทาง Thai PBS ที่มา www.youtube.com/watch?v=v5qp_38GA1s

³ซีว หมายถึง คือ เยาวชนมีโอกาสดำเนินการศึกษาเล่าเรียนในสาขา คณะของมหาวิทยาลัย สถาบันที่ต้องการแล้ว แต่ไม่สามารถที่จะเรียนจบหลักสูตรได้ด้วยบางเหตุผล อาทิ เกรดเฉลี่ยไม่ได้ตามเกณฑ์ ไม่ชอบไม่ถนัดในสาขาวิชานั้นหรืออาจจะมีเหตุผลอื่นในที่สุดต้องออกจากระบบการศึกษาเพื่อไปหาทางเลือกใหม่ ที่มา: มติชนออนไลน์ วันที่ 11 มิถุนายน 2555 11 พฤษภาคม 2555, www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1336707494&grpId=03&catid=03

⁴ที่มา: มติชนออนไลน์ วันที่ 11 มิถุนายน 2555, www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1339397238&grpId=&catid=19&subcatid=1903

⁵เยาวชนญี่ปุ่นได้รับการกระตุ้นให้ค้นพบเป้าหมายของตนเองด้วยการทำกิจกรรมชมรมตลอดช่วงชีวิตมัธยม ซึ่งเป็นหลักทางจิตวิทยาวัยรุ่นที่อยากมีความสำคัญในกลุ่มของตนเอง การทำกิจกรรมชมรมจึงเป็นเหมือนช่องทางในการสร้างสังคมให้ตนเอง ทำให้ได้รับการยอมรับจากเพื่อนๆ ดังนั้นเด็กมัธยมต้นของญี่ปุ่นจะทำกิจกรรมชมรมร้อยละ 90 นอกจากนั้น ที่มา: รายการดูให้รู้ ตอน มัธยมต้น ค้นหาตัวเอง ออกอากาศวันที่ 28 กรกฎาคม 2556 ทาง Thai PBS www.youtube.com/watch?v=i-eoDBGZZug

ว่าชอบอะไร และอยากทำอาชีพใด

อ่านมาถึงตรงส่วนนี้ท่านอาจสงสัยว่าแล้วการอ้างอิงข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับการศึกษาไทยเกี่ยวอะไรกับการสร้างองค์กรแห่งความสุข ทีมวิจัยค้นพบว่าสถาบันกวดวิชาที่ดำเนินงานภายใต้องค์กรที่ชื่อว่า “Learn Corporation” ได้พยายามสอดแทรกคุณค่าที่สถาบันกวดวิชา หรือโรงเรียนส่วนใหญ่ไม่ได้สนับสนุนให้เยาวชนเข้าใจอย่างแท้จริง ทั้งเรื่องคุณค่าความเป็นมนุษย์ และการค้นหาตนเอง ที่นี้พยายามแสดงบทบาทเหล่านี้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้แม้ไม่ได้เป็นหน้าที่หลักที่สถาบันกวดวิชาทั่วไปต้องทำ โดยสอดแทรกผ่านการสอนในห้องเรียน การออกเวทีแนะแนวการศึกษา หน้าแฟนเพจของอาจารย์ผู้สอนของสถาบัน รวมทั้งช่องทางเฉพาะในเครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลการเก็บข้อมูลย้อนหลัง ตั้งแต่ปี 2554 – 2556 จากหน้าแฟนเพจของคุณโหนด หรือ “พี โหนด Ondemand”⁶ ครูใหญ่จากสถาบันกวดวิชาออนดีมานด์ (OnDemend  ภายใต้การบริหารงานของ Learn Corporation) พบว่ามีการสอดแทรกข้อความหรือเรื่องราวที่กระตุ้นให้นักเรียนที่ติดตามแฟนเพจได้ซึมซับเกี่ยวกับ “คุณค่าความเป็นมนุษย์”

“

โรงเรียนส่วนใหญ่
ไม่ได้สนับสนุนให้
เยาวชนเข้าใจอย่าง
แท้จริงทั้งเรื่องคุณค่า
ความเป็นมนุษย์ และ
การค้นหาตัวเอง

”

เช่น เรื่องของ ความรักครอบครัว ความซื่อสัตย์ ความขยันหมั่นเพียร ความอดทน ความเข้าใจในเรื่องความรักสำหรับหนุ่มสาว การสร้างภูมิคุ้มกันในชีวิตให้กับตนเอง เป็นต้น รวมทั้งเรื่องสำคัญที่การศึกษาเมืองไทยยังขาดอยู่คือ “การค้นหาตนเอง” เช่น 7 วิธีเปลี่ยนอนาคตตนเอง, เคล็ดลับการทำอนาคตให้รุ่งแบบมีความสุข, การเป็นหมอดี ชีวิตของหมอนั้นอย่างไร, สภาพการทำงาน ของวิศวกรแต่ละประเภท, คำถามสำหรับถามตนเองว่าควรสอบเข้าคณะไหนดี เป็นต้น นอกจากนี้ในช่องทาง “OnDemand academy”⁷ ของสถาบันในเครือข่ายสังคมออนไลน์มีการนำคลิปที่เป็นการแนะแนวการศึกษา สถาบันในเวทีต่างๆ มาโพสต์ไว้อย่างต่อเนื่อง

คุณโหนดได้สรุปแนวความคิดการค้นหาตนเอง และการเป็นมนุษย์ผู้ใหญ่ผู้มีคุณค่าต่อสังคมที่ค่อยๆ สอดแทรกให้นักเรียนได้ซึมซับมาตลอดชีวิตการเป็นครูผ่านแนวคิด “7 วิธีเปลี่ยนอนาคตตนเอง”⁸ ดังนี้

วิธีที่ 1. ต้องหาตัวเองให้เจอ
“ถ้าน้องพบตัวตนเมื่อไหร่ พลังของจิตใจ มันจะผลักดันให้น้องประสบความสำเร็จ”

วิธีที่ 2. ต้องหาจุดบกพร่อง และประเมินตัวเอง “ต้องหาจุดที่

⁶ ที่มา: www.facebook.com/pnhongondemand

⁷ ที่มา: www.youtube.com/user/ondemandacademy/videos

⁸ ถอดความจากแฟนเพจของคุณโหนด ondemand ระหว่างวันที่ 8-13 มีนาคม 2556 ที่มา: www.facebook.com/pnhongondemand



เป็นข้อบกพร่องกล้าที่จะยอมรับ
ไม่นั้นจะพัฒนาตัวเองไม่ได้”

วิธีที่ 3. ต้องอึด “คนอึด จะ
เป็นคนที่ไม่ยอมล้มเลิกง่ายๆ หาก
ไม่ประสบความสำเร็จ”

วิธีที่ 4. ต้องฉลาด “ต้องหา
วิธีการดีๆ ก่อนลงมือทำอย่าเป็น
คนที่ใครบอกให้ทำอะไรก็ทำ หรือ
ทนด้วยวิธีการผิดๆนะครับ”

วิธีที่ 5. ต้องใช้พลังธรรมชาติ
“เช่น เวลาน้องเรียนรู้ด้วยตัวเอง
จะใช้เวลาอ่านหนังสือนานมาก
แต่ถ้าน้องถามครูหรืออาจารย์
ท่านจะเป็นพลังธรรมชาติให้
เรา หรือเช่น เราคิดทำโจทย์ไม่
ได้ หากเราถามเพื่อนหรือแบ่งกัน
ทำกับเพื่อนเราก็สามารถใช้พลัง
ธรรมชาติตรงนี้ มาสนับสนุนให้
เราเรียนได้ดีขึ้น”

วิธีที่ 6. ต้องกล้าให้ “น้อง
อยากจะทำในวิชาใดวิชาหนึ่ง
แทนที่น้องจะนั่งเรียนให้ตัวเอง
เก่ง ลองเปลี่ยนไปสอนเพื่อนแทน
ในระหว่างที่น้องสอนหรือน้อง
กำลังทำตัวเองเป็นผู้ให้มันมัน
จะยิ่งทำให้ น้องมีความเชี่ยวชาญ
ในวิชานั้นมากยิ่งขึ้น”

วิธีที่ 7. ต้องมีคุณธรรม “ใน
ชีวิตเราบางครั้งอาจสูญเสีย ล้มเหลว
หรือผิดพลาด แต่สิ่งหนึ่งที่ต้องห้าม
ทั้งคือ คุณธรรม หรือความดี อย่า
ทำสิ่งที่ไม่ดี แม้ว่าตอนนั้นกลุ่ม

เพื่อนหรือกระแสสังคม กำลังบอก
กับน้องว่า “มันน่าทำ” ก็ตาม”

Happy Organization

ในฐานะผู้นำของ Learn
Corporation คุณหม่องได้สร้าง
องค์กรที่มี “วัฒนธรรมองค์กร”⁹
ที่สอดคล้องกับแนวคิด “7 วิธี
เปลี่ยนอนาคตตนเอง” เพื่อให้
บ่มเพาะให้เกิดบุคลากรน้ำดีมี
ความสุขที่สามารถสร้างความ
แตกต่างในแวดวงของสถาบัน
กวดวิชาเมืองไทย และเพื่อ
เป้าหมายสูงสุดขององค์กร คือ
การพัฒนาาระบบการศึกษาของ
ประเทศให้เกิดความยั่งยืน...

บริษัท Learn Corporation
จำกัด  ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2548
ดำเนินธุรกิจด้านการศึกษา การ
พัฒนาระบบการเรียน และก่อตั้ง
สถาบันกวดวิชา On Demand 
และ A-Level  เน้นการสอนด้าน
วิทยาศาสตร์ในหลักสูตร ฟิสิกส์
เคมี ชีวะ คณิตศาสตร์ โดยใช้
การเรียนผ่านระบบคอมพิวเตอร์
(On Demand) นักเรียนสามารถ
เลือกลงทะเบียนเรียนในบท
หรือหัวข้อที่สนใจ และสาขาที่
สะดวก นอกจากนั้นมี Application
สำหรับ Smart Phone ทั้งใน
ระบบ Android และ iOS เรียก
ว่า “Clear” เพื่อเป็นช่องทางให้

นักเรียนของสถาบันได้ส่งคำถาม
ที่สงสัยไปยังสถาบัน และจะมี
ทีมนักวิชาการตอบคำถามกลับ
ภายใน 24 ชั่วโมง และเพื่อ
ความเข้าใจบริบทขององค์กร
ก่อนศึกษาเรื่องราวการสร้าง
องค์กรแห่งความสุขผู้อ่านควร
ทราบข้อมูลดังต่อไปนี้

Learn Corporation มี
ผู้บริหารระดับสูงที่เรียกกันว่า
Board 4 คน¹⁰ ประกอบด้วย
“พี่หม่อง”¹¹ ผู้ก่อตั้ง “พี่เต๋อ”¹²
ผู้ร่วมก่อตั้ง “พี่แท็บ”¹³ และ
“พี่เต๋ย”¹⁴ ซึ่งมีบทบาทหน้าที่
แตกต่างกัน แต่ทั้ง 4 คน คือ
ศูนย์รวมจิตใจของพนักงาน
Learn Corporation

จุดเด่นด้านการบริหารของ
องค์กรที่แตกต่างสถาบันกวด
วิชาในตลาด คือ การแยกฝ่าย
บริหาร และฝ่ายวิชาการชัดเจน
เพื่อให้การพัฒนาองค์กรทั้งใน
ด้านการศึกษา และด้านธุรกิจ
ก้าวไปพร้อมๆ กัน

ปี 2556 **Learn Corpora-
tion** มีพนักงานทั้งหมด 275 คน
(ประจำสำนักงานใหญ่ 119 คน
ประจำสาขา 156 คน) เปิดสาขา
ให้บริการทั้งในกรุงเทพฯ และใน
ภูมิภาค 40 สาขา โดยมีนักเรียน
ในระบบกว่า 200,000 คน เวลา
ทำการของสำนักงานใหญ่ คือ

⁹1.เน้นคุณธรรมเหนือสิ่งอื่นใด 2.ไม่เพ่งโทษ – เริ่มต้นที่ตนเอง – กล้าอาสา 3.อยู่กับแบบครอบครัว 4.ทำเต็มที่ด้วยวิธีการที่ถูกต้อง 5.ใช้ความรู้ให้โอกาส

¹⁰ที่ Learn Corporation พนักงานจะใช้สรรพนามแทนผู้บริหารทุกระดับว่า “พี่” + ชื่อเล่น

¹¹พี่หม่อง อาจารย์ สุธี อัสวิมล ดำรงตำแหน่ง Board of Director และ อาจารย์สอนวิชาฟิสิกส์

¹²พี่เต๋อ อาจารย์ สาธิต อุพันวัน ดำรงตำแหน่ง Managing Director และ อาจารย์สอนวิชา GAT

¹³พี่แท็บ อาจารย์ ภาคภูมิ อารามวาริกุล ดำรงตำแหน่ง Board of Director และ อาจารย์สอนวิชาเลข

¹⁴พี่เต๋ย คุณ ธาณินทร์ ทิมทอง ดำรงตำแหน่ง Board of Director

ตั้งแต่ 8.30 - 18.30 น. หยุด
 ทำการวันเสาร์-อาทิตย์

พนักงานมีอายุเฉลี่ยประมาณ
 26-27 ปี เป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรง
 Work Hard Play Hard อยู่กัน
 แบบครอบครัวให้เกียรติซึ่งกัน
 และกัน กลุ่มที่เสี่ยงมีความเครียด
 ที่สุด คือ ทีมวิชาการที่ทำงานค่อนข้างหนัก เนื่องจากต้องเตรียม
 ข้อมูลเพื่อสนับสนุนอาจารย์ผู้สอน
 ให้ทันกับสถานการณ์การแข่งขัน
 ของธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันสูงมาก

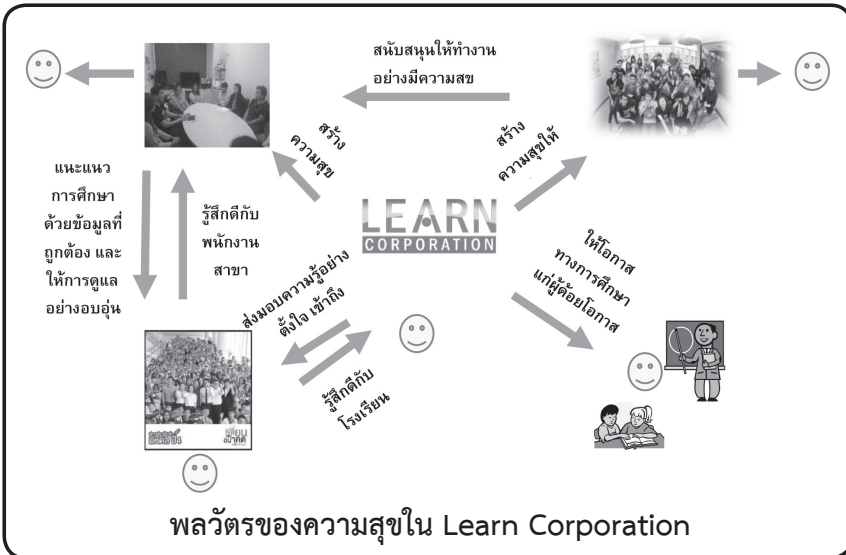
ส่วนกลุ่มที่มีการลาออกสูงสุด คือ
 พนักงานสาขา

ด้วยบริบทดังกล่าวรูปแบบ
 แบบความสุขจึงถูกออกแบบมา
 ให้เน้นความคิดสร้างสรรค์ด้วย
 กระบวนการที่เรียบง่ายแต่ส่งผล
 กระทบสูง (Creative Organization)
 ความสุขขององค์กรเกิดจากการ
 อยู่กันแบบเรียบง่ายในลักษณะ
 ครอบครัวที่ใส่ใจ และให้เกียรติ
 ซึ่งกันและกัน เน้นการเปิดพื้นที่ให้
 พนักงานได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์

“

รูปแบบความสุขจึง
 ถูกออกแบบมาให้เน้น
 ความคิดสร้างสรรค์
 ด้วยกระบวนการที่
 เรียบง่ายแต่
 ส่งผลกระทบต่อ

”



อย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดการส่งต่อ
 ความสุขกันเป็นวงจรในแบบของ
 Learn Corporation ดังแผนภาพ

ในส่วนถัดไปเป็นการนำเสนอ
 วิธีการสร้างความสุขให้กับพนักงาน
 ของ Learn Corporation ทั้งการ
 สร้างความสุขให้กับพนักงานทั้งใน

สำนักงานใหญ่ และสาขา รวมทั้ง
 วิธีการที่สร้างความสุขให้พนักงาน
 ในภาพรวมขององค์กร

Happy Management

เมื่อเข้าใจบริบทขององค์กร
 และมีภาพองค์กรในแบบที่อยากจะ
 เป็นแล้ว Learn Corporation จึง

แนวทางการสร้างความสุข สำหรับพนักงานสำนักงาน	แนวทางการสร้างความสุข สำหรับพนักงานสาขา	แนวทางการสร้างความสุข สำหรับพนักงานในภาพรวม
Cool Office	พี่บ่น้อง	Tuning
กิจกรรมเสริมสุขภาพ	การทำบุญสาขา	จิบน้ำชา
		ประกันชีวิตให้คุณพ่อคุณแม่
		Outing

Small Business
 BE MAGAZINE
 G7H
 15 ปี
 Creative
 MOVE
 opendream
 LEARN CORPORATION



เลือกแนวทางการสร้างความสุขให้พนักงานในแบบที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนแต่สร้างสรรค์ ดังนี้

Cool Office

สำนักงานของ **Learn Corporation** ตั้งอยู่ที่ตึกวิทยกิตติ์ ชั้น 13... ที่นี่พนักงานสำนักงานจะได้อยู่ใน **Cool Office** ที่ตั้งใจให้เป็นเหมือนบ้านหลังที่สองของพนักงาน และเป็นที่พักผ่อนใจของคนในองค์กรเวลามีแขกมาเยี่ยมและชื่นชมว่าสำนักงานสวยและน่าอยู่

นอกจากนี้ในมุมหนึ่งด้านหลังสำนักงานมี **มุมพักผ่อน** ของ

พนักงาน โดยออกกฎเหล็กว่าทุกคนที่เข้าไปใช้ห้องนั้นห้ามคุยเรื่องงานกัน และบริเวณเดียวกันเป็น **มุมทานอาหาร จิบกาแฟ** ผสมปนเปกับการพูดคุยเรื่องราวสัพเพเหระ หรือประเด็นร้อนในแต่ละวัน

เพื่อช่วยพนักงานในการจัดระเบียบโต๊ะทำงาน องค์กรได้จัดการตู้ **Locker** สำหรับเก็บสัมภาระของพนักงาน คอมพิวเตอร์ Laptop รวมถึงเอกสารต่างๆ พนักงานบางส่วนใช้สำหรับเก็บของส่วนตัว เช่น หมอน ผ้าห่ม บางท่านใช้เก็บของรักของหวงอย่างตุ๊กตา

กิจกรรมเสริมสุขภาพ

กิจกรรมที่สุภาพสตรีส่วนใหญ่นิยม และเสริมสร้างสุขภาพได้ดี คือการเล่นโยคะ ทางองค์กรจึงเชิญครูสอนโยคะมืออาชีพมาสอนโยคะให้กับพนักงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สัปดาห์ละ 1 ครั้งอย่างต่อเนื่อง

แน่นอนสำหรับสุขภาพบุรุษก็มีกิจกรรมเสริมสุขภาพอีกอย่างที่เป็นที่นิยม นั่นคือ ปิงปอง โดยจัดเตรียมโต๊ะปิงปองและอุปกรณ์ไว้ให้พร้อม ในทุก 3 เดือนมีการจัดการแข่งขันปิงปองภายในซึ่งมีพนักงานจากหลากหลายฝ่ายทั้งชาย หญิงเข้าร่วมทั้งในบทบาทผู้เล่น และกองเชียร์ โดยจัดการแข่งขันในช่วงบ่ายของวันทำงาน ใช้เวลาการแข่งขันประมาณ 1 เดือน โดยรางวัลสำหรับการแข่งขันจะได้รับเป็นเงินสดซึ่งเป็นเงินจำนวนไม่มากแต่สร้างความสนุก และความภาคภูมิใจให้กับพนักงาน



ห้องรับแขก



มุมพักผ่อน และ มุมทานอาหาร จิบกาแฟ



Locker สำหรับเก็บสัมภาระของพนักงาน



แนวทางการสร้างความสุข สำหรับพนักงานสาขา

จากสถานการณ์ที่พนักงานสาขาลาออกมากที่สุด ผู้บริหารจึงกลับมาค้นหาสาเหตุและส่วนหนึ่งพบว่าพนักงานสาขาขาดความใกล้ชิดกับผู้บริหาร และยังได้รับการดูแลไม่ทั่วถึงเช่นเดียวกับพนักงานในสำนักงาน ดังนั้นจึงเกิดโครงการ **พี่บ่น้อง**¹⁵ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานสาขา และผู้บริหาร

Learn Corporation เลือกวิธีอันเรียบง่ายโดยการพูดคุยสารทุกข์สุกดิบในเวลาที่มีผู้บริหารเดินทางไปยังสาขาต่างๆ โดยมีแนวคำถาม 4Qs (Question) ได้แก่ สุขภาพ การทำงาน ครอบครัวและอนาคต โดยเริ่มกระบวนการในช่วงเช้าด้วยการนั่งพูดคุยร่วมกันทุกคนในสาขานั้น แนะนำตัวเองและเล่าถึงอนาคตที่วางแผนไว้ในอีก 5 ปี และร่วมกันรับประทานอาหารเที่ยง เมื่อถึงช่วงบ่ายจะเป็นการเปิดใจพูดคุยกันตัวต่อตัวด้วย 4Qs เมื่อพบว่าพนักงานสาขาท่านใดมีปัญหาที่กระทบกับสภาพจิตใจ อันมีผลต่อการทำงานทางทีมบริหารที่ได้พูดคุยกับพนักงานเหล่านี้จะนำประเด็นเข้าสู่กลุ่มใน Whatsapp¹⁶ ซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะที่สร้างขึ้นโดยมีผู้บริหารในแต่ละฝ่ายของ Learn Corporation

¹⁵ WhatsApp Messenger เป็นแอปพลิเคชันส่งข้อความแบบเคลื่อนที่ข้ามระบบ ซึ่งอนุญาตให้คุณส่ง SMS ได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ WhatsApp Messenger มีบริการสำหรับ iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone และ Nokia ที่มา; www.whatsapp.com/download/?l=th



ที่สามารถหาแนวทางเพื่อช่วยพนักงานกลุ่มที่เกิดปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

เบื้องหลังที่ทำให้วิธีการนี้ประสบความสำเร็จในระดับที่หยุดอัตราการลาออกของพนักงานสาขาให้อยู่ในระดับคงที่ได้ คือ การที่กลุ่มผู้บริหารระดับสูงให้ commitment ว่าต้องทำโครงการนี้ให้สำเร็จ ตามที่คุณเอ็ Human Resource Manager กล่าวไว้ว่า

“

ทุกคน (ทีมบริหาร) ต้องร่วมแรงร่วมใจกัน แล้วรู้ว่าเราทำไปเพื่ออะไร นั่นคือ หน้าทีของพวกเรา

”

นอกจากโครงการที่พบบนที่เสริมสร้างความสัมพันธ์และความรักในองค์กรแล้ว Learn Corporation มุ่งปลูกฝังให้พนักงานสาขา รู้สึกว่าสาขา คือ บ้าน หรือธุรกิจที่เป็นของพวกเขา และมุ่งพัฒนาให้เกิด Mindset ของการเป็นผู้ประกอบการ จากประสบการณ์ของผู้บริหารฝ่าย HR คุณเอ็ Human Resource Manager ได้เล่าถึงสาขาพิษณุโลกไว้ว่า

“

สาขาพิษณุโลกเป็นสาขาเล็กๆ มีพนักงานประมาณ 5-7 คน นื่องจะถูกสอนว่านี่คือบ้านเขา เราไม่ได้สอนเขาว่าเขาเป็นแค่พนักงาน หรือ เซลล์ หรือ marketing อย่างเดียว เขาต้องมีความเข้าใจ

หรือ Mindsetของการเป็นเจ้าของ โดยเฉพาะผู้จัดการสาขา เขาเป็นหัวหน้าครอบครัวเลย เขาต้องขับเคลื่อนๆ นื่องๆ ดูแลนื่องๆ เวลานั้นมีปัญหาอะไร

”

ผลของการปลูกฝัง Mindset การเป็นผู้ประกอบการ หรือการเป็นเจ้าของบ้านร่วมกันนี้ทำให้บรรยากาศในการทำงานของแต่ละสาขาค่อนข้างผูกพันกัน และมุ่งมั่นทำงานเพื่อองค์กรด้วยเป้าหมายเดียวกัน โดยรู้สึกว่สาขา คือ ธุรกิจที่พวกเขามีส่วนร่วมกันสร้างและช่วยกันดูแลอย่างสุดความสามารถ

แนวทางการสร้างความสุขสำหรับพนักงานในภาพรวม

กระบวนการที่ทำต่อทุก 6 เดือน เป็นกระบวนการที่เรียบง่ายแต่ได้ผลเป็นที่พอใจและดำเนินการทั่วทั้งองค์กร คือ กระบวนการ Tuning เป็นกระบวนการที่หัวหน้าโดยตรงเปิดอกพูดคุยกับผู้ใต้บังคับบัญชาโดยตรงแบบ 1-1 เริ่มจากทีมผู้บริหารระดับสูงไล่ระดับลงมาตามสายการบังคับบัญชาซึ่งดำเนินการทั้งสำนักงานและสาขา โดยมีหัวข้อคำถาม 4 เรื่องหลัก คือ งาน, สุขภาพ, อนาคต, ครอบครัว เพื่อรับทราบปัญหา หาแนวทางแก้ไข รวมทั้งรับฟังข้อเสนอแนะในการทำงาน และช่วยให้มีความเข้าใจกันมากขึ้น



บรรยากาศการล้อมวงสนทนาในช่วงเช้าของโครงการที่พบบน

¹โครงการ ที่พบบน ดำเนินการโดยแบ่งกลุ่มทีมผู้บริหาร ออกเป็น 6 ทีม รวม 12 คน เพื่อกระจายลงไปทีสาขา เดือนละ 6 สาขา หมุนเวียนกันไป ทั้ง 6 สาขานั้น จะเจอผู้ทีมผู้บริหารในวันเดียวกันพร้อมกันทุกทีมในทุกเดือน โดยจะแบ่งออกเป็นสาขาในภูมิภาค 3 แห่ง ในกรุงเทพฯ 3 แห่ง และไม่บอกพนักงานที่สาขาว่าจะมีใครไปเยี่ยมบ้าง เพียงแต่นัดหมายเท่านั้น เพื่อให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้นแก่พนักงาน

กระบวนการอีกอย่างหนึ่งที่เป็นโครงการที่น่าสนใจใช้งบประมาณน้อยมาก แต่กลับช่วยให้พนักงานมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมากยิ่งขึ้น เหมือนเป็นการ Relax ให้หัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานรับรู้ความเป็นตัวตนซึ่งกันและกันโดยการใช้อุปกรณ์ 3 อย่าง คือ ชุดกาน้ำชา ขนม และพื้นที่สำหรับการพูดคุย กระบวนการนี้เรียกว่า **จิบน้ำชา** คือ กระบวนการที่ผู้บังคับบัญชาหรือผู้ใต้บังคับบัญชาในแต่ละทีมจะตั้งหัวข้อที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานมา 1 หัวข้อ เช่น เรื่องที่เสียใจที่สุดในชีวิต หรือ เมื่อโลกแตกจะทำยังไง และเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแต่ละคนได้แสดงความคิดเห็น ซึ่งแน่นอนทุกคนจะมีแนวความคิดของตัวเอง

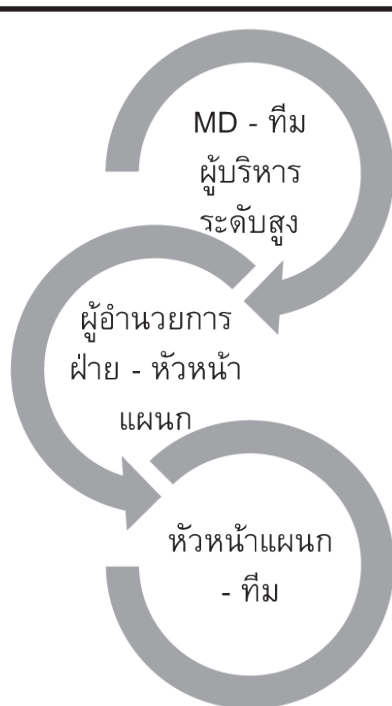
ซึ่งมีลำดับการดำเนินการเหมือนกับ Tuning แต่จิบน้ำชาจะทำพร้อมกันทุกคนในทีม

หรือแผนกซึ่งในกรณีสาขา ก็จะทำพร้อมกันทั้งสาขา โดยวิธีการนี้ดำเนินการทุกเดือน ใช้เวลาครั้งละ 1 ชั่วโมง ผลของการทำกระบวนการนี้ คือ การทำให้รับรู้ถึงแนวความคิดอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับเรื่องงาน ทำให้รู้ว่าแต่ละคนมีตัวตน ความคิด ทัศนคตินี้้อย่างไร ฝึกการรับฟัง แลกเปลี่ยน และการยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

โครงการที่มีเจตนาส่งเสริมความกตัญญูและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมองค์กรของ Learn Corporation ในด้านคุณธรรม คือ โครงการ **“ประกันชีวิตให้คุณพ่อ คุณแม่”** โดยให้สิทธิกับพนักงานที่มีอายุงาน

3 ปี ขึ้นไปได้มอบประกันชีวิตที่ให้สิทธิประโยชน์ต่อบุพการีของพนักงานเพื่อเป็นหลักประกันแก่ครอบครัวของพนักงาน

โครงการสุดท้ายที่อาจเรียกได้ว่าเป็นโครงการสร้างความสุขที่พนักงานเรียกร้อง และต้องมีทุกปี ได้แก่ โครงการ **Outing** หรือการออกไปทำกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจประกอบการการท่องเที่ยวประจำปีนอกสถานที่ เพราะพนักงานที่นี่เป็นกลุ่มคนที่ Work Hard Play Hard เมื่อถึงช่วง Play ก็ต้องการเล่นแบบสุดๆ การ Outing จึงเป็นส่วนหนึ่งของสวัสดิการที่ต้องจัดโดยปริยาย โดยตั้งเป้าหมายให้พนักงานทุกคน (ทั้งพนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราว) ได้ผ่อนคลายจากความเครียด ได้เที่ยวสนุกสุดมันส์โดยไม่มีงานมายุ่งเกี่ยว มีผู้รับผิดชอบดำเนินการเป็นฝ่าย HR ใช้เวลา Outing 2 วัน ซึ่งเป็นวันที่ทั้งองค์กรรวมถึงสาขาหยุดงานไปเที่ยวพร้อมกัน และสามารถพาครอบครัวไปด้วยในการไป Outing พนักงาน ผู้บริหารทุกคนจะเป็นเพื่อนกัน และมีส่วนร่วมกันอย่างถึงพริกถึงขิง เรียกได้ว่า จัดเต็มกันทุกภาคส่วน ดังที่ คุณ เนย (Human Resource Training and Development) กล่าวไว้อย่างขบขันว่า



ลำดับการทำ TUNING และจิบน้ำชา

“

เป็น Outing ที่เราไม่รู้ว่าจะ
ใครเป็นพนักงาน ใครเป็นผู้บริหาร
มันเฮฮา มันสนุกมาก
เราไม่ต้องมานั่งเกรงใจ
ทุกคนจะตื่นเต้น แม้กระทั่ง
ตัวสาขาเอง ทุกคนจะไปซื้อเสื้อผ้า
แฮปปี้ เพราะเราไปปลดปล่อย
เป็นตัวของตัวเอง พอไป พี่ MD
เป็นกันเองมาก ไม่ต้องมีเรื่อง
ตำหน่งมาเกี่ยว
ได้เห็นมุมมองของหัวหน้าแต่ละฝ่าย
ทำให้เราได้อะไรจากการไปเที่ยว
มากกว่าความสุข
ค่อนข้างเต็มที่ ห้องพักสะดวก
พี่แม่บ้าน พนักงานพาร์ทไทม์เรา
ก็ให้เต็มที่ โดยเฉพาะช่วงกิจกรรม
ตอนกลางคืน
ทุกคนได้ปลดปล่อยมาก มีการ
แสดง สนุกมาก ที่แต่งตัวบ้าๆ กัน

”



ภาพบรรยากาศการ OUTING

ที่ทุกคนในองค์กรได้เล่นสนุกสนาน ปลดปล่อย และพักผ่อนกันอย่างเต็มที่
มีภาพของการแก่งัดกัน ความสนุก เสียงหัวเราะอยู่มากมาย

Happy Employee

เมื่อกล่าวถึงปัจจัยความสุขที่พนักงานของ Learn Corporation ได้รับจากองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. ความศรัทธาต่อผู้บริหาร



ทุกคนที่ทีมวิจัยได้สัมภาษณ์ต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าผู้บริหารเป็นตัวอย่างของผู้นำสมัยใหม่ที่นอกจากรับบทบาทเป็นครูในสถาบันกวดวิชาแล้วยังเป็นครูที่สอนการดำรงชีวิต และให้ความเชื่อใจ เข้าถึงพนักงานมากกว่าองค์กรที่พวกเขาเคยสัมผัส ทุกคำสอน ทุกแนวคิด ทุกการกระทำของผู้บริหารระดับสูงได้ประทับไว้ในใจของพนักงานทุกคนแล้ว และนั่นเป็นแบบอย่างให้หัวหน้าทีม หัวหน้าแผนก และทุกคนในองค์กรที่กำลังเติบโต และมีผู้ได้บังคับบัญชาได้เอาเป็นแบบอย่างของการเป็นผู้นำที่ดี และมีคุณธรรม

“

ความแตกต่างของเราจากที่อื่นคือ ผู้บริหารของเราเป็นครูด้วยเลยมี image ที่ต่างจากผู้บริหารทั่วไปด้วย น้องๆ สาขาที่ได้รับความรู้จากเขาไปด้วยแทรกซึมกันไปในทุกคนที่ไม่มี Gap ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน

”

คุณนิต Human Resource Recruitment

2. คิดถึงใจเขา ใจเรา

“

ที่นี่สอนให้มองหลายๆ มุม แม้กระทั่งจากมุมคนผิด ถ้าไม่จำเป็นเขาจะไม่ทำหรอก ก็เลยรู้สึกที่เราต้องรู้จักให้อภัยกันเป็นการมองอีกมุมหนึ่ง ทุกครั้งที่เกิดปัญหาจะให้อีกโอกาสพูดคุยกัน สื่อสารกัน เราสบายใจที่จะอยู่ด้วย เป็นการอยู่ด้วยกันแบบครอบครัว มันก็เลยผูกพันกัน

”

คุณเวย Human Resource Training and Development

Learn Corporation ค่อนข้างอยู่กันด้วยความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นเมื่อเกิดเหตุการณ์กระทบกระทั่งกันหรือเกิดความผิดพลาด พนักงานทุกคนจะถูกปลุกฝังให้นั่งใจของฝ่ายตรงข้ามและคิดก่อนว่าทำไมเพราะอะไรเขาถึงกระทำการดังกล่าว ไม่เพิ่งโทษไปว่าผิด แต่จะหาสาเหตุ และช่วยกันแก้ไข นั่นทำให้การสื่อสารระหว่างกันทำได้ดีมากขึ้นเพราะต่างฝ่ายต่างคำนึงถึงจิตใจของกันและกัน แต่แน่นอนต้องมีเป้าหมายขององค์กรเป็นตัวตั้งต้น

3. ได้อยู่กันแบบครอบครัว

“

ความสุขขององค์กรไม่ได้เกิดจากความสร้างสรรค์ ความสุขของพี่เกิดจากความเรียบง่ายความใกล้ชิดท่าอะไรง่ายๆ ไม่ได้เป็น Processอะไรที่ซับซ้อนอาศัยแค่ใจกับเวลา

”

คุณเอ๋ Human Resource Manager

Happy Management ที่เรียบง่าย แต่ทำด้วยใจและต่อเนื่องช่วยให้ Learn Corporation มีบรรยากาศการทำงานเป็นครอบครัวใกล้ชิดกัน เน้นความเป็นกันเองสามารถคุยกันได้มากกว่าเรื่องงานซึ่งผลดีที่ตามมา คือ เมื่อบรรยากาศของครอบครัวเกิดขึ้นผลสานกับความเข้าใจในเป้าหมายองค์กรทำให้การทำงานง่ายขึ้นส่งผลดีในระยะยาว



4.ทำงานเต็มที่ด้วยความสุข จากวิธีการที่ถูกต้อง



เราต้องเดินให้เป็น Step จากที่เมื่อก่อนจะนิวๆ แต่ตอนนี้ ต้องมีการสื่อสาร มีเรื่องระบบการ ทำงานที่มากขึ้น เราต้องมองถึงเป้าหมายในอนาคต ว่าในอีก 4-5 ปี ข้างหน้าเราต้อง เป็นยังไง ทำให้เรามองได้ไกลมากกว่าเดิม คนที่สอนเราส่วนใหญ่ เป็นพวกๆ ผู้บริหาร



คุณอุ้ม Human Resource Service

ที่นี่เป็นบริษัทที่ไม่เหมือน บริษัททั่วไปที่สั่งให้พนักงานทำตาม แต่ที่นี้ความคิดของผู้บริหารค่อนข้าง ชัดเจน คือ ต้องการสอนพนักงาน ในเชิงการเป็นผู้ประกอบการ ผ่านการสอนด้วยวิธีการทำงาน ที่ถูกต้อง กระตุ้นให้ได้คิด สอน ให้ทุกคนมองภาพว่าเป็นเจ้าของ ร่วมกันทำให้ทำผลงานองค์กร ออกมาดี

5.ใช้ความรู้ ให้โอกาส

การให้โอกาสคนเป็นเรื่อง ปกติใน Learn Corporation ที่นี้ให้โอกาสพร้อมกับการเปิด ให้ได้ทำจริง และมีอำนาจการ ตัดสินใจ นั่นทำให้การพัฒนา ของพนักงานเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องเป็นวงกว้างทั่วทั้ง องค์กร ผู้ที่เป็นหัวหน้ามีหน้าที่ เอื้ออำนวย และให้คำแนะนำ ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเข้าถึงและ ใกล้ชิด ทำให้พนักงานมีกำลังใจ เห็นคุณค่าของตนเอง อยากเรียนรู้ อยากทดลอง เป็นแรงผลักดันจาก โอกาสที่ได้รับ ดังที่

คุณเวย Human Resource
Training and Development

ได้กล่าวไว้ว่า



พี่ๆ ให้โอกาสจนบางทีเราไม่เชื่อว่า เราทำได้ ผู้จัดการทุกคน ก่อนข้างศรัทธา เพราะเขาได้รับโอกาสแบบนี้แหละ เพราะพี่เขาเชื่อว่าเราทำได้ ทำให้เรามองเห็นคุณค่าในตัวเอง ว่าเราสามารถทำได้ ทุกอย่างเรียนรู้อันได้



บทส่งท้ายแต่ไม่ท้ายสุด

เมื่ออ่านมาถึงส่วนนี้คงพอ เห็นภาพ และสัมผัสได้แล้วว่า แนวคิด วิธีการ ไปจนถึงโครงการ ที่ช่วยสร้างความสุขให้พนักงาน ในแบบ Learn Corporation ก่อเกิดผลอย่างไร ที่นี่เป็นกรณี ศึกษาองค์กรแห่งความสุขที่มีความ ชัดเจนในลักษณะเดียวกัน กับแนวคิด HOME Model ที่เริ่ม มองก่อนว่า Happy Organization ในแบบของพวกเขาจะเป็นอย่างไร Happy Management ที่เหมาะกับ องค์กรเป็นอย่างไร และพวกเขา รู้ว่าปัจจัยใดที่จะทำให้พนักงาน พวกเขาเป็น Happy Employee มีองค์กรไม่กี่แห่งที่ผู้บริหาร สูงสุดมุ่งมั่นลดช่องว่างระหว่าง ฝ่ายบริหาร และพนักงานให้น้อย ที่สุด เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ สนิทสนมกันฉันทัพันธ์ เพื่อนพ้อง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นครอบครัว เดียวกันได้ซึ่งคงไม่ใช่เรื่องง่ายที่

จะสร้างขึ้นในวันเดียว คุณค่าของ ชีวิตที่องค์กรกำลังสร้างขึ้นใน รูปของการให้การศึกษามี คุณธรรมไปสู่นักเรียน การดูแล ทำความเข้าใจและดูแลพนักงาน อย่างเข้าถึง ส่งเสริมคุณธรรม และ คุณค่าของสถาบันครอบครัว มีการถ่ายทอดวิธีการดำรงชีวิต อย่างมีคุณค่าให้พนักงาน นั่นคง เพียงพอแล้วที่จะบอกว่า Learn Corporation เป็นมากกว่า สถาบันกวดวิชาที่มุ่งแสวงหา กำไรสูงสุด และนั่นทำให้เราขอ เรียกองค์กรแห่งนี้ว่า “สถาบัน กวดวิชาที่สร้างความเข้าใจใน ชีวิต”

สุดท้ายทุกท่านที่มีบทบาท ในการสร้างความสุขให้คนใน องค์กร หรืออาจเป็นเพียงแฟนเพจ เล็กๆ ขึ้นหนึ่ง ที่อยู่ในองค์กร ทุกขนาด ทุกประเภท ขอแค่เพียง ท่านลองมองย้อนดูว่าพนักงาน ที่กำลังดูแลไม่ว่าจะตำแหน่งใด จำนวนมากน้อยแค่ไหน พวกเขา มีความสุขหรือยัง พวกเขาเจอ กับปัญหาอะไรอยู่หรือไม่ แล้ว คุณจะช่วยพวกเขาได้อย่างไร นั่นคือคำถามที่หวังว่าทุกท่าน ที่อ่านบทความวิจัยชิ้นนี้จะได้ รับแรงบันดาลใจ และสามารถ สร้างสรรค์วิธีการซึ่งไม่จำเป็นต้อง ใช้งบประมาณมากมาย แต่ ขอให้เข้าใจก่อนว่าภาพรวม ขององค์กรต้องการอะไร และ พนักงานของท่านต้องการอะไร และท่านจะได้คำตอบว่าจะเริ่ม ต้นสร้างความสุขให้พวกเขาโดย วิธีการใดได้ด้วยตัวพวกท่านเอง



